



„Optimierung ratsam“

Demoskopie Angela Merkel hat Probleme mit ihrer Bürger-nähe. Interne Unterlagen zeigen, wie Meinungsforscher neue Dialogformen für sie testeten.

Wenn es um ihr persönliches Ansehen geht, vermeidet die Kanzlerin jedes Risiko. Regelmäßig lässt sie von Demoskopen ein vertrauliches „Eigenschaftsprofil Merkel“ erstellen. Darin kann sie nachlesen, wie glaubwürdig oder durchsetzungsstark die Wähler sie finden – und dann entsprechend ihr öffentliches Bild polieren.

Nur wenige bekommen diese Umfragen zu sehen. Die Folgen jedoch sind für alle spürbar. Zum Beispiel am vorigen Montag. „Ich möchte hören, was Ihnen wichtig ist“, sagte Angela Merkel im Gespräch mit 60 ausgewählten Teilnehmern in der Berliner Kulturbrauerei. Der Termin ist Teil eines groß angelegten Bürgerdialogs, der im Kanzleramt entworfen wurde. Im Netz dürfen die Bürger ihre Meinung außerdem auf einer eigens geschalteten Website posten („Ihre Antwort ist gefragt!“).

Das Verhältnis zwischen Politikern und Wählern ist gestört, das zeigen Umfragen immer wieder. Mit ihrem neuen Dialog will die Bundesregierung gegensteuern. Doch die jüngste Offensive hat offenkundig noch einen ganz persönlichen Grund: Merkel braucht eine Imagekorrektur. Nur etwa 50 Prozent der Deutschen hielten sie bei Umfragen der Forschungsgruppe Wahlen 2014 für bürgernah – ein schlechter Wert für die Kanzlerin. Bei Durchsetzungsfähigkeit oder Glaubwürdigkeit schnitt sie vergangenes Jahr viel besser ab, wie ihr „Eigenschaftsprofil“ zeigt.

Volksfern, entrückt, solche Eindrücke sollten sich vor der nächsten Bundestagswahl nicht festsetzen. Ein besserer Draht zur Basis musste her. Aber wie?

Auch in dieser Frage suchten Merkels Berater die Hilfe der Demoskopen. Vom 4. bis 10. September 2014 lud das Institut GMS in Berlin, Köln und Leipzig sogenannte Fokusgruppen ein, um über den geplanten Bürgerdialog und das Thema Lebensqualität zu diskutieren. 47 Testpersonen wurden sorgfältig ausgewählt, Regierungsfans waren ebenso vertreten wie Nichtwähler oder Oppositionsanhänger.

„Feldarbeiten“ heißen diese Erhebungen im Jargon der Meinungsforscher. In einer Analyse für das Kanzleramt fassten die GMS-Leute ihre Befunde zusammen. Sie zeigt: Bei Merkels Annäherung ans Volk wurde kaum etwas dem Zufall überlassen.

Gleich zu Beginn äußerten die Testpersonen Zweifel am Sinn des Dialogs: „Der Einzelne bewegt ja doch nichts“, „Am Ende stehen doch nur die Politiker im Vordergrund“, lauteten – durchaus hellsichtig – einige der überwiegend negativen Statements. Das Thema Lebensqualität sei abstrakt und „gefällt nicht“.

Die Grundidee werde zwar oftmals positiv bewertet, hielten die Meinungsforscher in einem ersten Fazit fest. „Erkennbar ist allerdings die Skepsis, dass das Format gleichwohl nur Interesse vortäuscht und eher der ‚Bürgerberuhigung‘ dient.“

Trotzdem ließen sich Merkels Berater nicht aus dem Konzept bringen. In der Politik kommt es, wie in der Werbung, oft darauf an, ein Thema richtig zu verpacken. Das war die nächste Aufgabe für die Fokusgruppen – sie sollten spontan Namen für den geplanten Dialog vorschlagen.

Kanzlerin Merkel beim Bürgerdialog „Vorgetäushtes Interesse“?

Erneut zeigten die Antworten, dass die Testpersonen ernüchert auf die Politik blickten: „Wir und nicht die Lobby“, „Wir dürfen endlich mitbestimmen“, „Wir Politiker hören euch jetzt zu“, lauteten einige ihrer Wunschtitel. Wähler möchten von Politikern nicht fortwährend beschallt werden, sondern auch mal eine Botschaft in die Gegenrichtung senden dürfen. Diese Erkenntnis hoben die Meinungsforscher für ihre Auftraggeber in der Regierung hervor: Es werde „sehr häufig betont, dass die Bürger nun (endlich auch) mitreden dürfen“.

Als ginge es um eine neue Joghurtmarke, testeten die Demoskopen schließlich drei mögliche Titel für den Bürgerdialog. Die Reaktionen der Fokusgruppen fassten sie in Schulnoten zusammen.

Den Anfang machte „Lebensqualität in Deutschland – was uns wichtig ist“. Es bestehe teils das „Missverständnis“, dass die Bundesregierung nur ihre Sichtweise kundtun wolle, anstatt auf die Bürger zu hören, notierten die Forscher. Ihre Note: 2,6.

Bei „Gut leben – Deutschland im Dialog“ kritisierten die Teilnehmer, dass der Dialogpartner nicht im Titel genannt werde. Note: 2,8.

„Gut leben – Lebensqualität in Deutschland“ empfanden sie als „zu allgemein und nichtssagend“, teils auch als „unglaublich“. Dafür gab es die Note 2,9.

Die beiden ersten Titel seien für den Bürgerdialog grundsätzlich verwendbar, schlussfolgerten die Meinungsforscher: „Eine Optimierung ist dennoch ratsam.“

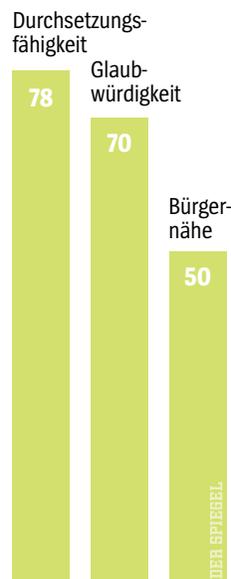
Und genau daran hielten sich die Berater der Bundeskanzlerin. Sie kombinierten einfach beide Slogans. „Gut leben in Deutschland – was uns wichtig ist“ lautet der offizielle Titel des Bürgerdialogs.

Nach Angela Merkel sind ihre Minister dran, quer durchs Land sollen sie sich zum Dialog mit Bürgern treffen. Am Ende will die Chefin alles wissenschaftlich auswerten, „gewichten“ und „dann schauen, welche Veränderungen wir durchsetzen“.

Weitere innovative Kommunikationsoffensiven sind zu erwarten, falls Merkel den Ratschlägen ihrer Fokusgruppen folgt. „Die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung“, heißt es in der Analyse der Demoskopen, „wird nur von einer kleinen Minderheit punktuell wahrgenommen.“

Sven Becker, Frank Hornig

Anteil der Befragten, die Bundeskanzlerin Angela Merkel folgende Eigenschaften zuschreiben



Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen für das Bundespresseamt vom 27. bis 30. Oktober 2014; rund 1000 Befragte; Angaben in Prozent