



Wahl weit mehr als 40 Prozent vorhergesagt haben. Am Ende des Tages kommen CDU und CSU auf 35,2 Prozent.

Am Wahlabend hat das deutsche Volk Fernsehen geguckt, es hat große Verwirrung beobachtet, einen Kanzler, der Rambo spielte, und eine Kandidatin, die wie Aschenputtel wirkte. Aber dann hat das Volk sich über sich selbst gewundert. Es hat die Union so weit von ihrem Höhenflug heruntergewählt, dass es nun so etwas wie ein politisches Patt im Lande gibt und viele sich fragen: Wie konnte das passieren?

Ein paar Tage später holt Hilmer, Chef von TNS Infratest und Infratest dimap, einen Stapel Papier mit vielen Zahlen und legt ihn vor sich auf den Besprechungstisch. Es sind seine gesammelten Wahrheiten über den deutschen Wähler im Sommer 2005. Er blättert, bis er ein Diagramm findet, das den Verlauf des Wahlkampfes nachzeichnet. Die Linien beginnen, kurz bevor die SPD Nordrhein-Westfalen verloren hat, und enden knapp vor der Bundestagswahl. Sie erzählen von einem erstaunlichen Abstieg der Union. Richard Hilmer will die einzelnen Stationen dieses Wahlkampfes noch einmal in Ruhe durchgehen. Er will den Abstieg endlich verstehen.

DÜRICH BALMGARTEN / VARIO-PRESS (O.); MARTIN SCHÜTT / DPA (U.)

Telefon-Interviewer in Berlin, Wahllokal in Heiligenstadt: Desaster für die Meinungsforscher

WAHLANALYSE

# Die Angstmacherin

Angela Merkel und die Union haben den sicher geglaubten Sieg selbst verspielt. Der dramatische Absturz ist die Folge schwerer strategischer Fehler im Wahlkampf.

Am Tag, als die deutschen Bürger wählen gehen, ist Richard Hilmer schon früh im Reichstagsgebäude. Er steht im Wahlstudio der ARD und wartet auf die ersten Signale aus der Republik.

Gegen Mittag melden seine Mitarbeiter einen Zwischenstand. Die Union liegt, den Befragungen vor den Wahllokalen zufolge, bei 39 Prozent. Von da an weiß Richard Hilmer bereits, dass dieser Sonntag ein Desaster bringen wird, ein Desaster für

Angela Merkel, aber auch für seinen Berufsstand, die Meinungsforscher.

Wähler der Konservativen stehen auch sonntags gern zeitig auf, sie gehen zur Kirche oder nutzen ganz einfach den Tag. Sie gehen früh wählen. Wer eher links gesinnt ist, schläft lieber etwas länger. Deshalb ist die Union an Wahlsonntagen immer Frühstarter, gegen Mittag liegt sie meist weit über dem Endergebnis. 39 Prozent um 12 Uhr sind eine Katastrophe für die Union. Vor allem, wenn ihr alle Institute vor der

„Hier haben wir’s“, sagt er. „KW 22.“ KW ist seine Lieblingsabkürzung, sie steht für Kalenderwoche. Anfang Juni also lag die Union bei 48 Prozent, die SPD volle 20 Punkte dahinter. „Die Stimmung war wirklich so zu der Zeit“, sagt Hilmer. „Das war das reale Potential der Union.“

15 Wochen später werden von den 20 Punkten noch 0,9 Punkte übrig bleiben. Nie zuvor hat eine Partei in so kurzer Zeit einen so großen Vorsprung verspielt. Die Kandidatin war immer die Kandidatin. Das vorläufige amtliche Endergebnis ist somit vor allem der Beleg für eine katastrophale Wahlkampfstrategie der Unionsparteien. Und es zeigt, dass Angela Merkel von den Wünschen, Sehnsüchten und Ängsten der Deutschen so viel versteht wie Reinhold Messner vom Tiefseetauchen.

Dabei hat der Wähler sie am Sonntag wohl kaum als Person bestrafen wollen. Fast scheint es, als habe er ihre sperrige Art ein wenig lieb gewonnen. In der Frage nach der Kanzlerpräferenz lag sie hinter Ger-



FALK HEHLER / ARGUM

**Institutschef Hilmer:** „Kirchhof war der Kardinalfehler“

hard Schröder, jedoch nicht so weit wie Edmund Stoiber drei Jahre zuvor. In den entscheidenden Persönlichkeitsfragen schnitt sie erstaunlich gut ab. 48 Prozent der Bürger waren kurz vor der Wahl der Ansicht, sie könne eine gute Kanzlerin abgeben. Damit lag sie dicht hinter Schröder, dem dies 55 Prozent zutrauten. 2002 hatte Schröder bei dieser Frage Stoiber um 25 Punkte deklassiert. Merkel wurde sogar für glaubwürdiger als Schröder gehalten, sie wirkte aufs Volk ähnlich tatkräftig, wenn auch weit weniger sympathisch.

Das alte Gesetz, wonach Wahlen in der Mitte gewonnen werden, schien die Physikerin Merkel außer Kraft setzen zu wollen. Sie wirkte, als würde sie vor allem für die Eliten des Landes kämpfen: für die stets Leistungsbereiten, die finanziell Abgesicherten, für Menschen etwa, denen es so gut geht, dass ihr Bedürfnis nach Sicherheit nicht vom Kündigungsschutz abhängt, Menschen, für die es keine Frage des Geldes ist, wie sie zum Arbeitsplatz kommen. So hat es der Wähler wahrgenommen. Knapp 60 Prozent der Befragten sagten kurz vor dem Stichtag, unter Merkels Union würde die Schere zwischen Arm und Reich größer. Und 55 Prozent glaubten, sie würde die Interessen der Arbeitnehmer nicht ausreichend berücksichtigen.

So hat die Union mit Angela Merkel an der Spitze ein Bild der sozialen Kälte abgegeben, das auch mit hübsch retuschierten Großplakaten einer lächelnden Kandidatin nicht wärmer wurde. „Das soziale Antlitz hat gefehlt“, sagt Hilmer.

Das Verblüffende ist nur, dass der Wähler die Union und ihre Kandidatin so lange in Sicherheit gewiegt hat.

Hilmers Finger fährt weiter die Linie entlang: KW 28. Merkel tritt am 11. Juli zusammen mit CSU-Chef Stoiber vor die Bundespressekonferenz in Berlin. Sie

trägt ein tiefrotes Jackett und hält das Wahlprogramm der Union in Händen. Sie will locker und charmant wirken, sie kämpft um Milde in ihrem Gesichtsausdruck. Sie sagt, sie wolle die Mehrwertsteuer erhöhen, um die Lohnnebenkosten zu senken.

In dem Programm, das Merkel stolz den Kameras entgegenreckt, steht auch, dass die Steuervorteile für Sonn- und Feiertagsarbeit und für Nachtarbeiter reduziert werden sollen, ebenso die Pendlerpauschale, und dass der Kündigungsschutz weiter gelockert werden müsse. 81,8 Prozent aller Erwerbstätigen sind Angestellte und Arbeiter, es sind Millionen, die bei solchen Forderungen irgendwann ein mulmiges Gefühl bekommen.

Aber die Wahl ist in KW 28 noch weit weg, das Interesse der Bürger an konkreten Inhalten noch gering. Die Union pendelt um die 42 Prozent.

„KW 33“, sagt Hilmer und zeigt auf die rechte Hälfte seines Diagramms. Die KW 33 ist eine besondere Woche für diesen Wahlkampf. Hilmer rutscht auf die Vorderkante seines Stuhls, seine Stimme klingt jetzt ein wenig erregt.

Es ist Mittwoch, der 17. August, als Angela Merkel mit einem Sonn- und Feiertagslächeln vor die blaue Kulisse in der CDU-Parteizentrale schreitet. Sie hat sieben Herren und drei Damen mitgebracht. Sie sagt, dies sei ihr Kompetenzteam. Aber es ist ein Kompetenzteam mit vielen Lücken. Für wichtige Themen fehlt Angela Merkel ein Gesicht, für das Soziale etwa oder für die Ökologie. Als sich das Team später zum Gruppenfoto aufstellt, ragt ein Mann besonders hoch aus der Gruppe heraus.

Später tritt Paul Kirchhof vor die Kameras und sagt, dass er eine Vision für die deutsche Steuerpolitik habe. Und er

sagt, was dafür erst mal alles gestrichen werden müsse: die Pendlerpauschale, die Freibeträge für Schichtarbeiter, eigentlich alles. Kirchhof redet plötzlich von Streichen, nicht mehr von Reduzieren, wie es noch im Wahlprogramm steht. Angela Merkel lächelt immer noch ihr Sonn- und Feiertagslächeln. Sie sagt: „Ich habe den Anspruch, dass wir es grundlegend anders machen müssen.“ Sie glaubt, dies sei ein Versprechen, etwas, das Hoffnung wecke. Sie ahnt nicht, dass sie den meisten Menschen mit solchen Sätzen Angst einjagt.

Erst sieht es so aus, als wäre KW 33 eine weitere gute Woche für Angela Merkel. Aber am Ende wird es jene sein, in der sie den Sieg von Schwarz-Gelb verspielt.

Sie hat die Wirkung ihrer konkreten Forderungen falsch eingeschätzt. Vielleicht hat sie nicht gewusst, dass 4,2 Millionen Arbeitnehmer regelmäßig an Sonn- und Feiertagen arbeiten, 2,7 Millionen in der Nacht, und dass es immer mehr werden. Waren 1991 nur 38 Prozent aller abhängig Beschäftigten im Schicht-, Nacht- und Wochenenddienst tätig, verdienten 2004 schon 51 Prozent damit ihr Geld. Es ging um 19,3 Millionen im Land, die nicht wollen, dass man ihnen die Steuerfreiheit auf ihre Zuschläge abspricht. Je schärfer die SPD das Thema herausstellte, desto schlimmer wurde es für die Union.

In keiner Gruppe verlor die Union so viele Stimmen wie bei den Arbeitern. Im Vergleich zu 2002 kehrten ihr sieben Prozent jener Menschen den Rücken, die sich von Kirchhofs Streichliste am meisten bedroht fühlten. Alle nachgeschobenen Beschwichtigungen, die Visionen des Steuerexperten seien ja noch nicht das Parteiprogramm, fruchteten nicht.

Merkel hat Kirchhof verteidigt bis zum Schluss. Er sollte ihr Wunderknabe sein. „Kirchhof war der Kardinalfehler“, sagt Hilmer.

Jeder Wahlkämpfer braucht eine Botschaft, er braucht ein Thema. Die rosigen Sympathiewerte hätten Gerhard Schröder wenig geholfen, wenn ihm bis zum Wahlkampfe kein Thema in die Hände gefallen wäre. 2002 kamen die Themen aus dem Himmel, der die Elbe anschwellen ließ, und aus Washington, wo man einen Irak-Krieg plante. In diesem Wahlkampf kam das Thema direkt von der Konkurrentin. Merkel hat Schröder ihren Professor geschenkt, und der Kanzler hat ihn dankbar angenommen.

So konnte Schröder fast alle seine Wähler aus der Mitte zurückgewinnen. Drei Jahre lang hat die Union eine große Gruppe enttäuschter SPD-Wähler an sich binden können, gut zwei Millionen, kreuz und quer über die Republik verteilt. Die CDU hat mit ihrer Hilfe eine Landtagswahl nach der anderen gewonnen.

Merkel hat diese Gruppe in wenigen Wochen zurück zur SPD gescheucht. „Spä-

testens ab KW 35 hat Kirchhof richtig reingeschlagen“, sagt Richard Hilmer. Er hämmert jetzt mit dem Finger auf sein Diagramm. Es ist die Woche des TV-Duells. 21 Millionen Deutsche sehen die beiden Spitzenkandidaten am 4. September im Fernsehen. Am Ende hat Gerhard Schröder nicht wegen seines Charmes gewonnen, sondern wegen der Inhalte. Es war das größtmögliche Forum, um den Deutschen beizubringen, welche Nachteile das Merkel-Kirchhof-Konzept für sie hat, zugespitzt und ungefiltert.

In KW 36 sinkt die Union erstmals auf 41 Prozent, die SPD klettert auf 34. In der Folge des großen Fernsehereignisses wandern vier Millionen Unentschlossene zu den Sozialdemokraten.

Dann, ganz zum Schluss, kommt die FDP ins Spiel. CDU und CSU verlieren über eine Million Stimmen an ihren Wunschartner. Es sind nicht nur taktische Wähler, die versuchen, die drohende Große Koalition zu verhindern. Es ist auch Merkels Strategie, die sie dazu verleitet. Die Union habe ihr Programm in diesem Wahlkampf völlig verengt, sagt Richard Hilmer. „Es gab keine Ökologie, keine traditionellen Werte, kaum Familie. Nur Wirtschaft, Steuern und Arbeitsplätze.“ Sie trat nicht mehr als Volkspartei auf.

Merkels Union kam den Menschen plötzlich wie eine aufgepustete FDP vor. Auch deshalb haben viele Wähler am Tag der Entscheidung gleich das liberale Original gewählt. „Der Wähler musste denken: Inhaltlich ist es völlig egal, welche der beiden Parteien ich wähle“, erläutert Hilmer. Er klappt sein Zahlenwerk wieder zu.

Richard Hilmer sagt, dass es ihm in der Rückschau viel klarer erscheine, was den Wähler wirklich bewegt habe. Aber dass die Sonntagsfragen vor dem eigentlichen Sonntag nun mal ein anderes Bild ergeben hätten, ein trügerisches Bild aus vielen Absichten, die noch keine Entscheidungen waren. Er sagt, dass ein Meinungsforscher eben nur Stimmungen sichtbar machen könne, er fleht fast darum, seine Zahlen in Zukunft nicht mehr für das vorweggenommene Ergebnis zu halten.

Die Gründe für den Wahlausgang liegen nun zum großen Teil auf seinem Tisch. Aber warum sie erst auf dem letzten Meter sichtbar wurden, warum der Wähler so unberechenbar geworden ist – mit diesen Fragen werden sich Hilmer und seine Kollegen noch lange quälen. Es sind riesige Datenmengen zu bewältigen, nie zuvor wurde das Volk im Vorfeld einer Bundestagswahl oder am Wahltag selbst so viel befragt wie in diesem Jahr.

Hilmers Kollege, Forsa-Chef Manfred Güllner, ist Mitherausgeber eines Buchs, es trägt den Titel: „Die Bundestagswahl 2002 – Eine Untersuchung im Zeichen hoher politischer Dynamik“. Erschienen ist es in diesem September. MARKUS FELDENKIRCHEN,  
MERLIND THEILE