

Der merkwürdige Sieg des Nicolas Sarkozy: eine Wahlanalyse

Tiberj, Vincent

Veröffentlichungsversion / Published Version
Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Tiberj, V. (2007). *Der merkwürdige Sieg des Nicolas Sarkozy: eine Wahlanalyse*. (DGAP-Analyse Frankreich, 1). Berlin: Forschungsinstitut der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik e.V.. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-131384>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

DGAPanalyse

Frankreich

Forschungsinstitut der
Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik

Oktober 2007 N° 1

ISSN 1865-701X

Der merkwürdige Sieg des Nicolas Sarkozy

Eine Wahlanalyse

von Vincent Tiberj



Deutsche Gesellschaft
für Auswärtige Politik e.V.

Die DGAPanalysen Frankreich erscheinen
mit freundlicher Unterstützung der

Robert Bosch **Stiftung**

Redaktion:

Dr. Martin Koopmann und Ulla Brunkhorst

Herausgeber:

Forschungsinstitut der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik e.V. | Rauchstraße 17/18 | 10787 Berlin
Tel.: +49 (0)30 25 42 31-0 | Fax: +49 (0)30 25 42 31-16 | info@dgap.org | www.dgap.org | www.weltpolitik.net
© 2007 DGAP

Zusammenfassung / Summary

Vincent Tiberj

Der merkwürdige Sieg des Nicolas Sarkozy

Eine Wahlanalyse

Der Wahlsieg von Nicolas Sarkozy am 6. Mai 2007 fiel mit 53,32 Prozent der Stimmen deutlich aus. Dieser Sieg ist deshalb bemerkenswert, da er nach fünf schwierigen Jahren für die bürgerliche Regierung (CPE-Krise, Ablehnung des Europäischen Verfassungsvertrags, Unruhen in den Vorstädten) und dem schlechten Abschneiden des konservativen Lagers bei den Regionalwahlen 2004 für die Linke greifbar nahe schien. Wie lässt sich vor diesem Hintergrund der klare Sieg von Sarkozy erklären?

Nicolas Sarkozy griff im Wahlkampf bewusst die Themen auf, die ihm zunächst nicht zu liegen schienen, anstatt ihre Entwicklung dem Zufall zu überlassen. Mit dieser Strategie konnte er der Debatte insbesondere im wirtschafts- und sozialpolitischen Bereich eine neue Wendung zu seinen Gunsten geben. Als erfahrener ehemaliger Innenminister scheute er sich nicht, auch sensible Themen wie Kriminalität, Immigration und Integration auf seine Wahlkampfagenda zu setzen und sie nicht dem Front National zu überlassen. Dabei konnte er es sich zunutze machen, dass die Debatte in der französischen Gesellschaft seit dem 11. September 2001 zunehmend um diese Themen kreiste. Zu seinem Wahlsieg verhalf ihm letztlich auch seine Fähigkeit, die Medien geschickt zu instrumentalisieren, indem er gezielt Tabus verletzte, um selbst den Rhythmus des Wahlkampfes zu bestimmen.

The curious victory of Nicolas Sarkozy

An analysis of the election

Nicolas Sarkozy won a solid victory in the French presidential elections on 6 May 2007, with 53.32 percent of the vote. The election victory is particularly noteworthy because it seemed within reach for the left – after five difficult years for the conservative government (CPE crisis, rejection of the EU constitutional treaty, civil unrest in the suburbs) and the defeat of the right wing parties in regional elections in 2004. Against this background, how can Sarkozy's clear victory be explained?

During the election campaign, Nicolas Sarkozy deliberately chose topics that initially did not appear to suit him, instead of leaving their development to chance. Pursuing this strategy he was able to turn the debate, especially in the socio-economic field, to his favour. As former home secretary, he was not afraid to put sensitive topics such as criminality, immigration and integration on his political agenda and thus did not leave this field to the far-right Front National. He took advantage of the fact that the debate in French society since 11 September 2001 increasingly focused on these issues. Finally, Nicolas Sarkozy won the presidential elections because of his ability to aptly exploit the media by breaking taboos purposefully in order to determine the course of the election campaign.

Inhalt

Eine »übermäßige Fixierung« Frankreichs.....	6
Der »Konjunkturwähler«.....	7
Die Wahl: Themen und Debatten.....	10
Das Rezept von Nicolas Sarkozy für den Wahlsieg.....	12
Anmerkungen.....	16

Der merkwürdige Sieg des Nicolas Sarkozy

von Vincent Tiberj

Der Sieg von Nicolas Sarkozy am 6. Mai 2007 fiel deutlich aus. Mit 53,32 Prozent der abgegebenen Stimmen erzielte er – nach Charles de Gaulle 1965 und François Mitterrand 1988 – das drittbeste Ergebnis in einem klassischen Wahlduell zwischen Rechts und Links zu Zeiten der Fünften Republik. Kein konservativer Kandidat hatte vor 1965 je ein solches Resultat erreicht. Betrachtet man die Zahl der abgegebenen Stimmen, ist Nicolas Sarkozy sogar der Präsident, dem die meisten Wähler ihre Stimme gaben – mit Ausnahme von Jacques Chirac im zweiten Wahlgang der Präsidentschaftswahlen am 5. Mai 2002.

Dieser Sieg ist deshalb besonders bemerkenswert, da er zuvor für die Linke greifbar nahe schien. Die Situation des PS im Jahr 2007 unterschied sich deutlich von der Ausgangslage, in der sich Lionel Jospin im Jahr 1995 befand. Damals erholte sich die Linke erst langsam von ihrer historischen Niederlage bei den Parlamentswahlen 1993, bei denen der PS nur 31,01 Prozent und der PCF 4,8 Prozent der Stimmen erhalten hatte, gegenüber 28,99 Prozent für den RPR und 26,14 Prozent für die UDF. Angesichts dieser »blauen Welle« sorgte bereits die Tatsache für eine Überraschung, dass Lionel Jospin den ersten Durchgang der Präsidentschaftswahlen gewann und auch in der Stichwahl trotz der Niederlage gegen Jacques Chirac ein respektables Ergebnis erzielen konnte. Den Wahlen 2007 gingen dagegen fünf schwierige Jahre für die amtierende Regierung (CPE-Krise, Ablehnung des Europäischen Verfassungsvertrags, Proteste gegen das Gesetz Fillon, Unruhen in den Vorstädten) und vor allem die Regionalwahlen im Jahr 2004 voraus, die nach der Reform des Wahlrechts erstmals nach der Hälfte der fünfjährigen Amtszeit des Staatspräsidenten abgehalten worden waren. Dabei hatte die Linke zum ersten Mal seit der Wiederwahl François Mitterrands eine Mehrheit errungen, und das bei einer für Regionalwahlen ungewöhnlich hohen Wahlbeteiligung (66 Prozent im zweiten Wahlgang). Vor diesem Hintergrund schien die politische Situation für die Linke im Jahr 2007 deutlich günstiger zu sein als 1995.

Und dennoch fiel das Ergebnis von 2007 deutlich anders aus als im Jahr 2004. Man könnte einfach auf die Hypothese eines in Wahlen unschlagbaren Nicolas Sarkozy zurückgreifen, die durch alle Umfragen vor der Wahl bestätigt zu werden schien,¹ und so in der persönlichen Konfrontation der beiden Kandidaten eine Erklärung für die Niederlage Ségolène Royals suchen. Wenn im Übrigen von einer »Postkartenstrategie« gesprochen wird, um die beinahe tägliche Medienpräsenz Nicolas Sarkozys zu beschreiben, so muss hinzugefügt werden, dass er dieser Strategie bereits seit seinem Amtsantritt als Innenminister im Kabinett Raffarin folgte. In gewisser Weise begann daher der Wahlkampf 2007 bereits im Mai 2002. Sarkozys Allgegenwart in den Medien wurde häufig kritisiert, doch sie reicht als Erklärung für den Wahlsieg 2007 nicht aus.

Dennoch fielen die Ergebnisse nicht so positiv aus, wie die Wahlkampfstrategen der UMP es sich erhofft hatten. Den Umfragen des »Baromètre politique français«² zufolge, die vom Forschungsinstitut CEVIPOF zwischen April 2006 und Februar 2007 durchgeführt wurden, wuchs die Glaubwürdigkeit des UMP-Vorsitzenden mit dem Näherrücken der Wahlen: Im März 2006 fanden 55 Prozent der Befragten, Sarkozy habe »das Zeug zum Präsidenten«, im Februar 2007 waren es 68 Prozent. Damit übertraf er seine sozialistische Konkurrentin deutlich, deren Eignung für das Präsidentenamt nach ihrer Nominierung zur Kandidatin von den Befragten sogar geringer eingeschätzt wurde als zuvor. Bis Dezember 2006 urteilte ungefähr jeder zweite Franzose, sie habe »das Zeug zur Präsidentin«, im Februar 2007 waren es nur noch 42 Prozent. Doch trotz seiner steigenden Glaubwürdigkeit und des wachsenden Vorsprungs auf seine Hauptkonkurrentin konnte Sarkozy nicht das Image eines polarisierenden Politikers abstreifen, obwohl er selbst bewusst auf die Überwindung politischer Konfliktlinien setzte. Im März 2006 äußerten sich 49 Prozent der Befragten beunruhigt über einen möglichen Wahlsieg des heutigen Präsidenten. Bis zwei Wochen vor dem ersten Durchgang der Präsidentschaftswahlen blieb dieser Wert konstant. Die

Präsidentin der Region Poitou-Charentes dagegen ließ sogar während ihrer Schwächephase im Januar 2007 nur bei 42 Prozent der Wählerschaft Ängste aufkommen.

Kommunikation scheint also auch auf einer politischen Bühne, die zunehmend von den Persönlichkeiten der Politiker geprägt ist und sich in dieser Hinsicht mehr und mehr amerikanischen Verhältnissen anpasst,³ nicht alles bewirken zu können. Es ist ein Irrtum, zu glauben, dass der Wähler politische Botschaften völlig unbedarft aufnimmt. Je eindringlicher ihm diese vermittelt werden sollen, desto gefestigter tritt die ideologische Grundhaltung des Wählers zu Tage – und damit auch seine Fähigkeit, politischen Botschaften mit Vorbehalt zu begegnen.⁴ Die Besorgnis gegenüber Nicolas Sarkozy lässt sich vor allem durch solche kognitiven und ideologischen Vorbehalte von Teilen der Wählerschaft erklären. Die Persönlichkeit der beiden Kandidaten hat sehr wahrscheinlich für die Entscheidung der Bevölkerung am 6. Mai eine Rolle gespielt, doch sie reicht als einziger Erklärungsansatz nicht aus, immerhin haben beide Kandidaten persönliche Stärken, aber auch Schwächen gezeigt: Der Eine fehlte es an Glaubwürdigkeit, doch verfügte sie über ein stärker konsensorientiertes Profil; der Andere schien dem Amt des Staatspräsidenten eher gewachsen zu sein, doch löste er in der Bevölkerung Besorgnis aus.

Einige Wahlanalysiker führten das Ergebnis des 6. Mai auf einen »Rechtsruck in der Wählerschaft« zurück. Bei der Betrachtung der politischen Grundhaltung der französischen Wähler ist diese konservative Wende jedoch alles andere als offensichtlich, sowohl bezüglich gesellschafts- und wirtschaftspolitischer Themen als auch im zivilgesellschaftlichen Bereich. Das CEVIPOF hat vor dem ersten Wahlgang der Präsidentschaftswahlen französische Wähler zu ihrer Meinung über einige zentrale Vorschläge der beiden Kandidaten befragt: 88 Prozent der Befragten unterstützten die Rückforderung staatlicher Leistungen gegenüber Firmen, die ihren Sitz ins Ausland verlagern (davon sprachen sich 63 Prozent »uneingeschränkt« für den Vorschlag aus). 77 Prozent befürworteten eine Anhebung des gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohns auf 1500 Euro »zum nächstmöglichen Zeitpunkt«

(davon 48 Prozent »uneingeschränkt«). Sogar der umstrittene Vorschlag von François Hollande, die Steuerabgaben ab einem Monatsverdienst von 4000 Euro anzuheben, fand bei den französischen Wählern eine Mehrheit: 54 Prozent unterstützten ihn, 26 Prozent gar »uneingeschränkt«. Auch zu zwei Vorschlägen Sarkozys wurde die Meinung der Wahlbevölkerung ermittelt, doch fiel das Ergebnis hier weniger eindeutig aus. 62 Prozent der befragten Franzosen stimmten dem Vorschlag zu, nur eine von zwei durch Pensionierung frei werdenden Stellen im öffentlichen Dienst neu zu besetzen. Davon unterstützen jedoch nur 30 Prozent der Befragten den Vorschlag »uneingeschränkt«, was dem Prozentsatz einer festen Stammwählerschaft entspricht, ähnlich der, die eine Steuererhöhung »uneingeschränkt« unterstützt, doch deutlich kleiner als die Gruppe derer, die sich für eine Anhebung des Mindestlohns aussprechen. Für seinen Vorschlag, ein Ministerium für Immigration und nationale Identität zu schaffen, erhielt Sarkozy im April 2007 nur die Zustimmung einer sehr knappen Mehrheit: 51 Prozent unterstützten den Vorschlag und nur 23 Prozent waren »uneingeschränkt« dafür. Ein Rechtsruck Frankreichs scheint diesen Umfragewerten zufolge weit entfernt, in wirtschaftlichen ebenso wie in gesellschaftlichen Fragen. Der Sieg von Nicolas Sarkozy war nicht von vornherein zu erwarten.

Eine »übermäßige Fixierung« Frankreichs

Wenn sich der Sieg von Nicolas Sarkozy weder durch eine liberal-konservative Wende erklären lässt noch einfach ein »charismatischer« Sieg war, so muss es einen anderen Faktor gegeben haben, der, unabhängig von den Stärken und Schwächen der beiden aussichtsreichsten Kandidaten, den Wahlausgang beeinflusste. Die »Sarkozy-Wende« wird vermutlich die Debatten der Wahlforscher während der nächsten Jahre beherrschen; hier aber geht es darum, eine der versteckten Lesarten dieses Wahlergebnisses darzustellen: nämlich die einer »übermäßigen Fixierung« (»crispation identitaire«) der französischen Gesellschaft,⁵ die sich insbesondere im Zusammenhang mit Fragen der Immigration und Integration bemerkbar gemacht hat. Zudem muss die Wechselwirkung zwischen jener Fixierung

und einem Kandidaten, dessen Wahlkampfarbeit sich als besonders wirkungsvoll erwiesen hat, untersucht werden.

Diese übermäßige Fixierung beruht auf einer Vielzahl von Befürchtungen, die durch die Debatten um die »France plurielle« nach dem 11. September hervorgerufen wurden: die Furcht vor dem kulturellen Auseinanderbrechen und einer Islamisierung der französischen Gesellschaft und die Angst um die republikanischen Werte. Neu an diesem gesellschaftlichen Phänomen ist, dass solche Befürchtungen nicht mehr allein im Zusammenhang mit der Frage nach dem Einfluss des FN artikuliert werden, wie dies in den neunziger Jahren der Fall war. Sie sind zu legitimen Diskussionsthemen geworden, auch dort, wo sie früher verpönt waren. Diese Fixierung hat das Ergebnis der Präsidentschaftswahlen 2007 beeinflusst und könnte so eine neue politische Ausgangslage schaffen, in der die Begriffe »rechtes« und »linkes« politisches Lager neu definiert werden müssten.⁶

Frankreich erlebt, wie andere westliche Demokratien, eine »stille Revolution«⁷ der Wertvorstellungen, die zum einen zu einem Wandel in der Erwartungshaltung der Wähler führt, zum anderen zu einer neuen Politik, die von gesellschaftlichen und post-materialistischen Fragestellungen (sexuelle Toleranz, Immigration, kulturelle Vielfalt usw.) bestimmt wird. Diese neue Orientierung hat nach und nach die traditionellen politischen Debatten um soziale Ungleichheit, das Wirtschaftssystem und die Verteilung des Wohlstands verdrängt. Die Bürger stehen daher Immigranten oder französischen Staatsbürgern mit Migrationshintergrund positiver gegenüber, was sich auch in einem Rückgang von Ethnozentrismus und Fremdenfeindlichkeit ausdrückt. Von einer »Fixierung« in der Gesellschaft zu sprechen, könnte vor diesem Hintergrund also paradox erscheinen. Und tatsächlich wurde 2007 die Bedeutung der Immigration als Wahlkampfthema ähnlich gering eingeschätzt wie in der Vergangenheit (zehn Prozent 2002, neun Prozent 2007). Bei alleiniger Betrachtung dieses Indikators bliebe die Bedeutung dieser Fixierung der Gesellschaft letztlich begrenzt.

Und dennoch scheint die Situation nicht so einfach zu sein, denn Etienne Schweisguth⁸ bemerkt

zugleich: »Niemals zuvor haben Wertvorstellungen in den Bereichen der öffentlichen Ordnung und der Immigration den zweiten Wahlgang einer Präsidentschaftswahl so stark beeinflusst [wie im Jahr 2007]. Die Diskussion um den Islam ist besonders typisch für die Entwicklung, die stattgefunden hat. Auf der einen Seite stehen immer weniger Menschen dem Islam grundsätzlich negativ gegenüber. Auf der anderen Seite ist die Haltung gegenüber der islamischen Religion plötzlich ein entscheidendes Kriterium für die politische Entscheidung geworden: Der Abstand [zwischen der sozialistischen Kandidatin und dem konservativen Kandidaten, bei alleiniger Betrachtung ihrer Haltung gegenüber dem Islam] steigt so im zweiten Wahlgang von 16 Prozent 1995 auf 32 Prozent 2007.« Es ist also anzunehmen, dass sich hinter den Angaben der Wähler noch eine »versteckte Agenda« verbirgt, welche die Wahl 2007 beeinflusst hat und in der die Fixierung der französischen Gesellschaft eine bedeutende Rolle spielt.

Um zu verstehen, wie es dazu gekommen ist, ist es wichtig, auf die strukturellen Veränderungen in der Wählerschaft einzugehen; vor allem auf die Entstehung eines neuen Wählertyps, der sein Wahlverhalten von aktuellen Interessenlagen und der momentanen politischen Situation abhängig macht. Denn dieser »Konjunkturwähler« stand im Mittelpunkt der Wahlkampfstrategie von Nicolas Sarkozy und ermöglichte dem UMP-Vorsitzenden letztendlich den Wahlsieg.

Der »Konjunkturwähler«

Nicht nur der PS oder die UMP diskutieren über Veränderungen ihrer ideologischen Grundausrichtungen. Die Wähler greifen derartige Debatten auf, wodurch sich auch ihr Entscheidungsraaster bei der Stimmabgabe verändert. Zu oft werden die Wähler als homogene Gruppe wahrgenommen, deren politische Bande, sobald einmal geknüpft, von Dauer sind. Doch diese Annahme verkennt die aktuellen Entwicklungen, vor allem das Aufkommen einer »Konjunkturwählerschaft«, die zugleich durch ein zunehmend individualisiertes Verhältnis zur Politik, eine bewusste Unterstützung einzelner ideologischer Aspekte sowie eine gewisse Flexibilität gekennzeichnet ist, die sich auf ihre Entscheidung,

zu wählen oder nicht zu wählen, ebenso auswirkt wie letztlich auf die Wahlentscheidung an der Urne selbst. Hierin liegt eine der bedeutendsten Veränderungen, die das Wahlverhalten während der letzten Jahrzehnte in den europäischen Demokratien erfahren hat: Die Stimmabgabe wird immer weniger von der Klassenzugehörigkeit bestimmt, vor allem die Arbeiterschicht verliert zunehmend ihre Bindung an das linke politische Lager;⁹ diese Annahme grundsätzlicher Bindungen ist Teil eines überkommenen Wählermodells, das in viele Analysen nach wie vor einfließt, obwohl es kaum in der Lage ist, die gesellschaftlichen Veränderungen zu erfassen.

Wenn sich die linken Parteien besorgt über ihren sinkenden Rückhalt in der Arbeiterschaft zeigen, so beziehen sie sich dabei auf dieses starre Wählermodell, das auf historischen Gesellschaftsbildern beruht, die durch die lange Allianz zwischen den Gewerkschaften und der Linken geprägt wurden. Doch auch wenn der Begriff der »Arbeiterschicht«, der die Idee einer homogenen Gruppe impliziert, durch den Ausdruck »catégories populaires« abgelöst wurde – ein Begriff, der die Vielfalt der Individuen innerhalb einer solchen Gesellschaftsgruppe besser zum Ausdruck bringt –, erwartet man von ihren Mitgliedern doch auch weiterhin, dass sie eine Einheit bilden. Diese nach wie vor verbreitete Einteilung in Gesellschaftsklassen lässt sich jedoch soziologisch wie politisch immer weniger rechtfertigen. 34 Prozent der heutigen Werkstätigen sind nach 1971 geboren und kennen nur die andauernde Wirtschaftskrise und die Massenarbeitslosigkeit. Sozialisierungsprozesse, die zum Erhalt eines Klassenverständnisses beitragen könnten, haben dadurch zumindest an Wirkung eingebüßt. Dies ist unter anderem der Schwächung jener Instanzen zuzuschreiben, welche die Sozialisation prägen, wie beispielsweise Gewerkschaften. Wie soll bei jungen Menschen ein Zugehörigkeitsgefühl zu einer Berufsgruppe entstehen, wenn der Arbeitsplatz unsicher ist und der Angestellte sich gegenüber seiner Firma mehr oder weniger allein gelassen fühlt? Wie kann sich ein solches Gefühl entwickeln, wenn sich unter den Arbeitnehmern immer öfter eine Art modernes Nomadentum entwickelt und sie immer seltener ihr gesamtes Leben als Werkstätige in ein- und demselben Unternehmen verbringen können? Wie soll ein Gefühl von Solidarität zwischen den

Arbeitern innerhalb eines Betriebs Bestand haben, wenn die eigentlich für sie vorgesehenen Stellen zunehmend ausgelagert und in den Dienstleistungssektor integriert werden?

Ausgehend von der vereinfachenden Gleichung »Nenne mir deinen sozialen Stand und ich sage dir, zu welchem politischen Lager du gehörst«, erscheint es folglich nur logisch, dass sich das Verhalten der Arbeiterklasse mehr und mehr dem der übrigen Gesellschaft anpasst. So zeigt Florent Gougou, dass die Linke im Jahr 1974 von der Arbeiterklasse im Schnitt 17 Prozent mehr Stimmen erhielt als vom Rest der Gesellschaft. 1995 lag diese Differenz noch bei acht Prozent, und war im Jahr 2002 ganz verschwunden.¹⁰ Am 22. April 2007 entschieden sich 26 Prozent der Arbeiter für Nicolas Sarkozy, 25 Prozent für Ségolène Royal, 16 Prozent für Jean-Marie Le Pen und 15 Prozent für François Bayrou.¹¹ Insgesamt unterstützten 40 Prozent der Arbeiter das linke Lager, dieser Wert liegt 3,7 Prozent über dem Anteil linker Wähler an der Gesamtwählerschaft. Aber wer wollte hier von einer Rückkehr zu früheren Verhältnissen sprechen? Die zunehmende Streuung der Wahlentscheidungen in der Arbeiterklasse erscheint dabei als eine direkte Folge des Generationenwechsels, des Wandels des Arbeiterberufs und der Schwächung von Instanzen, die den Gruppenzusammenhalt fördern. Doch werden bei dieser Analyse Entwicklungen außer Acht gelassen, die das gesamte Wahlvolk betreffen und zur Entwicklung einer »Konjunkturwählerschaft« beigetragen haben.

Im Laufe der letzten Jahrzehnte hat sich nach und nach eine neue Haltung gegenüber der Politik etabliert, ohne dass die Bedeutung dieser Entwicklung erkannt wurde. Sie äußert sich in einer zunehmenden Distanzierung vom politischen Geschehen, ausgelöst durch ein Misstrauen, das die Wählerschaft gegenüber den politischen Verantwortlichen empfindet: dem Umfrageinstitut SOFRES zufolge waren im Jahr 1977 42 Prozent der Befragten der Meinung, dass die Politiker sich wenig oder fast gar nicht darum kümmerten, was die Franzosen dachten; 1990 wurde in dieser Frage erstmals die Schwelle von 60 Prozent überschritten, und mit Ausnahme des Jahres 1994 sank dieser Wert seitdem nicht mehr. Im März 2006 zweifelten 69 Pro-

zent der Franzosen daran, dass die Politiker noch in der Lage seien, ihren Wählern zuzuhören.

Diese Vertrauenskrise ist nicht mit Politikverdrossenheit gleichzusetzen, ganz im Gegenteil, denn das Interesse an Politik ist seit dem Jahr 1978 mehr oder weniger konstant geblieben (den Umfragerwerten zufolge zwischen 42 und 54 Prozent). Im Spätsommer 2006 zeigten sich 66 Prozent der Franzosen sehr oder ziemlich interessiert an den Präsidentschaftswahlen, ein Wert, der in den Wahlkämpfen der Jahre 1981 und 1988 erst im letzten Monat vor der Wahl erreicht wurde und der bereits zehn Prozentpunkte über dem Wert lag, den die Umfrageinstitute am Wahlmorgen des 21. April 2002 ermittelt hatten. In der letzten Woche vor dem 22. April 2007 registrierte das Umfrageinstitut SOFRES mit 87 Prozent einen historischen Rekord in dieser Frage. Misstrauen ist also nicht gleichzusetzen mit Entpolitisierung. Während die Politiker in Frage gestellt werden, entwickelt sich hinter diesem Zweifel ein neues Verhältnis zur Politik. Wir erleben die Herausbildung eines »kritischen Bürgers«,¹² eines Bürgers, der sich nichts vormachen lässt und der eine Entscheidung nur dann fällt, wenn ein Kandidat ihn wirklich überzeugt hat.

Angesichts dieses neuen Wählertypus tritt der »automatische Wähler«, der den Anweisungen seiner Partei folgt und sich ihrer Führung anvertraut, in den Hintergrund. Eine Wählerschaft, die festen Strukturen folgt, wird also von einer »Konjunkturwählerschaft« abgelöst. Es ist kein Zufall, dass immer mehr Menschen zögern, zur Wahl zu gehen oder sich für eine bestimmte Partei zu entscheiden. 1988 erklärten 8,5 Prozent der Befragten, sich im Laufe des Wahlkampfes für einen Kandidaten entschieden zu haben, 11 Prozent gaben an, erst »im letzten Moment« ihre Wahl getroffen zu haben. Sieben Jahre später hatte sich die Zahl derer, die bis zum letzten Moment zögerten, mehr als verdoppelt, um 2002 noch einmal um das Doppelte zuzulegen.

Ein weiteres Beispiel ist die Entwicklung der Wahlbeteiligung zwischen 2002 und 2007, die belegt, wie stark die Entscheidung, zur Wahl zu gehen, heute von der aktuellen politischen Konjunktur beeinflusst wird: Im Jahr 2002 ermittelten die Umfrageinstitute einen historischen Tiefstand bei der Wahlbeteiligung

an einer Präsidentschaftswahl. Im März 2004 sank der Prozentsatz der Stimmenthaltungen bei den Regionalwahlen um vier Prozentpunkte (von 42 auf 38 Prozent). Im Juni 2004 enthielten sich bei der Europa-Wahl so viele Wähler wie nie zuvor (57 Prozent, was einem Anstieg um 5 Prozentpunkte gegenüber 1999 entsprach). Im Jahr 2005 wurde der Europäische Verfassungsvertrag bei einer Abstimmungsbeteiligung von nahezu 70 Prozent abgelehnt, was ungefähr dem Wert von 1992 entspricht. Im April 2007 näherte sich die Wahlbeteiligung dem Rekordwert von 1965,¹³ im Juni 2007 stieg der Prozentsatz der Enthaltungen bei den Parlamentswahlen auf 40,2 Prozent, einen Wert, der nie zuvor erreicht wurde. Die neunziger Jahre sind von einer stetig sinkenden Wahlbeteiligung, die zweite Amtszeit Jacques Chiracs von gegensätzlichen Prozessen der Mobilisierung und Demobilisierung geprägt. Nie zuvor hatte sich die allgemeine politische Lage so stark auf das Wahlverhalten ausgewirkt, was die Theorie von Anne Muxel und Jérôme Jaffré¹⁴ bestätigt, die zwischen Nichtwählern »innerhalb« und »außerhalb« des politischen Systems unterscheidet: also zwischen jenen Nichtwählern, die sich für die Politik interessieren, sich jedoch bewusst entscheiden, der Wahl fernzubleiben, und solchen, die zu den traditionellen Nichtwählern zählen und denen vornehmlich aus soziologischen Gründen das politische System fremd bleibt.

Ein letzter Aspekt ergänzt die Liste der Eigenschaften des »Konjunkturwählers«: Er verhält sich gegenüber der Politik nicht wie ein Konsument, der zunächst alle politischen Marken miteinander vergleicht, ohne eine davon bereits im Voraus auszuschließen. Er ist jedoch auch nicht mehr der treue Anhänger von früher. 1988 stimmten 75 Prozent der Wähler für den Kandidaten jener Partei, der sie sich nahe fühlten; 2002 taten dies nur noch 57 Prozent. Diese zunehmende Lockerung der Bindung an eine Partei führt jedoch nicht zum Verschwinden des ideologischen Wählers oder der Abnahme seiner Verbundenheit mit einem bestimmten politischen Lager. Denn wenn ein Wähler schon nicht für seine bevorzugte Partei stimmt, so wird er sich zumindest für einen Kandidaten entscheiden, der dieser Partei nahe steht. Nur 16 Prozent der Wähler wechselten 2007 das politische Lager, indem sie beispielsweise für einen konservativen Kandi-

daten stimmten, obwohl sie sich selbst dem linken Parteispektrum zuordneten. So waren beim ersten Wahlgang 2007 acht Prozent der Sarkozy-Wähler dem linken Lager zuzurechnen, ebenso viele Wähler Ségolène Royals sahen sich selbst im rechten politischen Lager.

Die »Parteien innerhalb der Wählerschaft« haben sich in Frankreich in drei Punkten weiterentwickelt.¹⁵ Erstens beruhen Neigungen zu bestimmten Parteien heute zunehmend auf einem unbestimmten Gefühl; der Wähler tendiert zu der Partei, die von seinen politischen Überzeugungen am wenigsten weit entfernt zu sein scheint. Diese Entwicklung betraf in den Jahren 2002 bis 2007 einen Anteil von 40 bis 44,5 Prozent der Wählerschaft, und sie geht einher mit der Entstehung eines Wählertyps, der sich in seinen politischen Ansichten zunehmend unabhängig zeigt.

Parallel zur Schwächung der Parteibindung erleben wir, zweitens, eine zunehmend kritische Haltung der Wähler gegenüber dem politischen Angebot. Zwischen 1988 und 2004 stieg beispielsweise der Anteil derer an der Gesamtwählerschaft, die »auf keinen Fall« für den PS stimmen wollten, von 12 auf 21 Prozent. Der Anteil der Wähler mit grundsätzlich ablehnender Haltung gegenüber dem RPR und später der UMP stieg in diesem Zeitraum auf 33 Prozent, gegenüber einem Wert von 21 Prozent 16 Jahre zuvor. Das Wahlverhalten verändert sich. Der Wähler folgt bei seiner Entscheidung für einen Kandidaten, den er persönlich für am besten befunden hat, immer stärker dem Prinzip des schrittweisen Ausschließens politischer Alternativen; immer seltener spielt die uneingeschränkte Unterstützung für einen einzelnen Kandidaten eine Rolle. Für diese Entwicklung sind die Wahlen 2007 von besonderer Bedeutung: Nicolas Sarkozy hat das Wahlverhalten der Linken ganz augenscheinlich mehr geprägt als Ségolène Royal: Dem Institut IPSOS zufolge gaben 42 Prozent der Royal-Wähler an, die PS-Kandidatin am 6. Mai vor allem deshalb gewählt zu haben, um Nicolas Sarkozy »den Weg in den Elysée-Palast zu versperren«, gegenüber 55 Prozent ihrer Wähler, die sich Royal tatsächlich als Präsidentin gewünscht hatten. Unter den Wählern Nicolas Sarkozys fällt die direkte Zustimmung stärker aus, eine bewusste Stimme gegen die sozialisti-

sche Kandidatin hat nur 18 Prozent der Anhänger des späteren Präsidenten in ihrer Wahl beeinflusst.

Als eine dritte Entwicklung zeichnet sich ab, dass eine immer größere Offenheit das Wahlverhalten kennzeichnet: Die Wähler verstehen das Politikangebot als eine Palette von Möglichkeiten, zwischen denen sie ihre Wahl treffen. Im Jahr 2004 nannten 32 Prozent der Wähler im Vorfeld der Wahl zwei Parteien, zwischen denen sie sich entscheiden wollten; 16 Prozent schwankten zwischen drei Parteien. Bei der Wahl 2007 nannten die Umfrageteilnehmer auf die Frage »Für welche der folgenden Parteien erwägen sie, ihre Stimme abzugeben?«¹⁶ im Schnitt 2,24 Parteien.

Dass das Wechseln zwischen Parteien immer üblicher wird, erklärt und verstärkt die wachsende Unschlüssigkeit der Wähler ebenso wie die Schwankungen in den Ergebnissen der Parteien bei unterschiedlichen Wahlen. Wenn also Gérard Grunberg und Florence Haegel¹⁷ eine Tendenz zum Zweiparteiensystem in der französischen Politik beobachten, so ist damit eher eine zunehmende Strukturierung und Professionalisierung der beiden dominierenden Parteien gemeint als eine dauerhafte Zuordnung der Wählerschaft zu PS oder UMP. Der Ablauf der Wahl 2007 und die 57 Prozent der Stimmen, welche die beiden Kandidaten der großen Parteien auf sich vereinigen konnten, sind vielmehr der politischen Konjunktur als einem grundsätzlichen Wiedererstarben des Systems der großen Parteien geschuldet.

Die Wahl: Themen und Debatten

Damit es jedoch zu diesem Wahlergebnis kommen konnte, mussten mehrere »konjunkturelle« Elemente zusammenwirken. Häufig wird in diesem Zusammenhang auf die Persönlichkeit der beiden Spitzenkandidaten hingewiesen, insbesondere ihren Willen, sich von den etablierten Führungsfiguren und Strukturen ihres politischen Lagers abzugrenzen. Andere führen die jüngste Entwicklung im Land an, insbesondere die Erinnerung im linken Lager an den 21. April 2002, als der Rechtsextreme Jean-Marie Le Pen den Kandidaten der Sozialisten, Lionel Jospin, im ersten Wahlgang aus dem Rennen

warf. Doch ein Wahlergebnis hängt vor allem sehr stark davon ab, welche Themen den Wahlkampf beherrschen. Und hier liegt einer der Gründe, wenn nicht sogar der wichtigste Grund für die Niederlage der Linken in den Jahren 2002 und 2007. Ein Wahlkampf beschränkt sich nicht auf die Gegenüberstellung politischer Programme: Wie groß mag der Anteil derjenigen Wähler sein, die sich tatsächlich die Zeit genommen haben, die Wahlprogramme der verschiedenen Parteien und Kandidaten im Detail zu studieren? Wie viele der Adressaten lesen wohl die knappen Glaubensbekundungen, die ebenfalls eine, wenn auch aufs Wesentliche konzentrierte Form dieser Programme darstellen? Ein Wahlkampf ist jedoch ebenso wenig ausschließlich eine Gegenüberstellung von Persönlichkeiten: Zwar wirken sich die Charaktere der Kandidaten durchaus auf deren Wahlkampfstrategie aus, auf ihre Selbstdarstellung und die Positionen, die sie gegenüber anderen beziehen – wahlentscheidend ist all dies jedoch nicht.

In erster Linie ist ein Wahlkampf das Zusammentreffen zwischen einem bestehenden Kontext und einem Politikangebot, zwischen einer Agenda und verschiedenen Programmen. Ein Wahlkampf besteht aus einer Reihe von Debatten über bestimmte Themen und über Probleme, welche die Gesellschaft bewegen; die Wähler entscheiden schließlich zwischen unterschiedlichen Antworten, die ihnen die Politik auf diese Herausforderungen anbietet. Doch ist es ein Irrtum zu glauben, die Themen stünden von vornherein fest. Häufig lässt sich feststellen, dass zwischen der Agenda der Politiker und der der Wähler deutliche Abweichungen auftreten,¹⁸ und selbst wenn diese Abweichungen aufgrund intensiver Meinungsumfragen seltener geworden sind, so spielen sie nach wie vor eine wichtige Rolle. Im Jahr 2007 führten nur vier Prozent der Befragten die Finanzierung der Sozialversicherung als wichtiges Kriterium für ihre Wahlentscheidung an, nur sechs Prozent nannten hier die Staatsverschuldung und das Haushaltsdefizit – dennoch machte François Bayrou beide Themen zu zentralen Punkten seines Wahlprogramms.

Das Klima eines Wahlkampfes wird von einer Vielzahl von Akteuren bestimmt, die alle ihre eigenen Themen auf der politischen Agenda platziert

wissen wollen. Hier spielen Medien ebenso wie politische Akteure eine Rolle, aber auch zivilgesellschaftliche Organisationen, die neben ihrer traditionellen Funktion als Interessenvertreter in diesem Zusammenhang als »Agenda-Setter« auftreten. Im Allgemeinen gelingt es bei solchen Prozessen jedoch nicht, die Anliegen der breiten Öffentlichkeit einzubeziehen. Zwar können mit den auf diese Weise entwickelten Themen spezielle Wählerschichten angesprochen werden, doch sind Erfolg oder Misserfolg solcher Initiativen auch für die Kandidaten selbst häufig kaum abzuschätzen. Im Jahr 2007 gelang es Nicolas Hulot, die Frage der nachhaltigen Entwicklung auf der Agenda der Wahlkampfthemen zu platzieren; andere jedoch, wie die Schwulen- und Lesbenvereinigungen oder gar die Vereinigung der Motorradfahrer waren mit ihren Anliegen weniger erfolgreich.

Dieses Konkurrieren der verschiedenen Akteure in dem Bestreben, die Agenda des Wahlkampfes zu dominieren, schränkt sicherlich ihren Handlungsspielraum ein, doch geht dieser dabei nicht völlig verloren, weit gefehlt! In gewisser Weise ist es ebenso wichtig, ein »gutes« Programm zu haben, wie diesem Programm im Vorfeld des Wahlkampfes den Boden zu bereiten. Ansonsten wäre die Gefahr groß, unabhängig von der Qualität der eingebrachten Vorschläge, thematisch »völlig daneben zu liegen«, oder weit von dem abzuweichen, was »die Franzosen wollen«, selbst wenn dieser Wille eigentlich stärker durch die Kandidaten selbst als durch die Wähler geprägt wird. Dieses Abstecken des Terrains, typisch für die Phase des Vorwahlkampfes, ist umso wichtiger, als ein Kandidat, der seinem Gegner hier das Feld überlässt, diesem im späteren Wahlkampf ein »Heimspiel« ermöglicht, mit allen damit verbundenen Vorteilen. So lässt sich auch die Niederlage der Befürworter des Europäischen Verfassungsvertrags erklären, die zusehen mussten, wie ihre Gegner Boden gut machten, indem sie die ihnen fehlenden Stimmen im Bereich der Sozialpolitik hinzugewannen.¹⁹

Nicht nur das Politikangebot hängt von den zuvor festgelegten Themengebieten ab; sie bestimmen auch, welche Fragen dem Wähler überhaupt gestellt werden. Und gerade im Fall des Konjunkturwählers beeinflusst die Themenfestlegung auch in erheb-

lichem Maße die Antwort, die dieser am Tag der Abstimmung gibt – und damit den Ausgang der Wahl. Dies muss sich nicht zwangsläufig auf alle Wähler auswirken; einige werden beispielsweise einer Partei oder einem bestimmten politischen Thema verhaftet bleiben, und letztlich, völlig unabhängig von der politischen Konjunktur im Land, ihre Wahlentscheidung treffen. Doch die zentralen Themen eines Wahlkampfes werden von der allgemeinen Konjunktur beeinflusst, was bestimmten Kandidaten und ihren Wahlprogrammen eher zu Gute kommt als anderen, die Persönlichkeit einiger Wähler eher anspricht als die von anderen. Ein Wahlkampf, der sozioökonomische Fragen in den Mittelpunkt rückt, kann zu einem Wiederaufleben des Klassenbewusstseins führen, das zunehmend verschwindet; eine Kampagne, die an sicherheitspolitischen Themen ausgerichtet ist, hätte eine völlig andere Wirkung.

Wird auf die CEVIPOF-Analysen des Wahlverhaltens der politischen Linken zwischen 1978 und 2007 dasselbe auf gesellschaftlichen Indikatoren wie Beruf, religiöser Einstellung und Bildungsabschluss beruhende soziologische Modell angewendet, so zeigt sich, dass sich ein solcher Erklärungsansatz mit starren Variablen immer weniger eignet: Kann das Modell im Jahr 1978 noch die Wahlentscheidung von 28 Prozent der Wähler erklären, folgen am 22. April 2007 nur noch neun Prozent der Stimmenscheidungen diesem Erklärungsmuster. Es ist dabei kein Zufall, dass das Modell bei der Erklärung des Wahlsiegs von Nicolas Sarkozy kaum noch zu greifen scheint. Dennoch gibt es mindestens zwei Ausnahmen, bei denen eine sinnvolle Anwendung dieses Modells möglich erscheint: die Parlamentswahlen 1997 und die Europawahl 2004 (hier ermöglicht das Modell die Erklärung von 24 Prozent der Wahlentscheidungen).

Von einzelnen Unterschieden abgesehen weisen die beiden erwähnten Wahlen ausreichend Gemeinsamkeiten auf, die einen Vergleich zwischen ihnen rechtfertigen. Eine der Gemeinsamkeiten liegt darin, dass zum Zeitpunkt der Wahl die Macht in den Händen einer konservativen Regierung lag: der Regierung Juppé im einen, der Regierung Raffarin im anderen Fall. Beide Regierungen waren zudem bei der Bevölkerung äußerst unbeliebt. Auch die

Gründe der Unzufriedenheit (die weit über 60 Prozent der Bevölkerung empfanden) ähneln sich in den beiden Fällen: die Reform der Sonderregelungen im Rentensystem (»régimes spéciaux«) der Regierung Juppé im Herbst 1995 und die Rentenreform des Arbeitsministers Fillon aus dem Jahr 2004. Die Rechte agierte dabei in schwierigem, von sozioökonomischen Interessen beherrschten Gelände, auf dem die damalige Regierung eindeutig Elemente einer »Klassenpolitik« wiederbelebt hat. In beiden Fällen hatte letztlich die Bilanz der Regierung größeren Einfluss als die Vorschläge der linken Opposition, dominierte die Angst vor sozialen Einschnitten: Zunächst äußerte sich dies in Stimmenthaltungen konservativer Wähler und schließlich in einer verstärkten Mobilisierung der linken Wählerschaft, die dann zu ihrem Wahlsieg führte.²⁰ Zugleich lässt sich so das Wahlverhalten der Arbeiterschicht erklären: Angesichts eines Wahlkampfes, in dessen Mittelpunkt die Abrechnung mit der zuvor verfolgten liberalen Politik stand, konnte die Linke einen massiven Stimmenzuwachs verzeichnen.

Auch die Wahl 2007 hätte eine Rückkehr der Arbeiterschicht ins linke Lager auslösen können. Gleichwohl verlor die Klassenzugehörigkeit gegenüber dem Jahr 2002 sogar noch an Bedeutung für die Wahlentscheidung. André Malraux würde den Sieg des Präsidenten wohl so kommentieren: »Die Anhängerschaft Sarkozys erinnert an die Métro zu Beginn des Feierabends«,²¹ man findet dort Vertreter aller gesellschaftlichen Schichten. Doch um diese Anhängerschaft zu mobilisieren, musste sich der neue Präsident zunächst eine günstige Ausgangslage für seinen Wahlkampf schaffen – und er wusste auch, wie. Seine Strategie beruhte auf einem einfachen Prinzip: Wenn der Wahlkampf nicht gut läuft, muss eher das Thema als der eigene Standpunkt geändert werden.

Das Rezept von Nicolas Sarkozy für den Wahlsieg

Nicolas Sarkozy konzentrierte seine Medienkampagne nicht auf ein einzelnes Thema, wie es sein Vorgänger 2002 mit dem Thema Sicherheit getan hatte. Stattdessen versuchte er, den Debatten eine neue Wendung zu geben und so die Rahmenbedin-

gungen des Wahlkampfs zu verändern. Anstatt der Linken in der Sozialpolitik das Feld zu überlassen, nahm er sich einiger ihrer Themen an und berief sich in seiner Wahlkampagne auf einige traditionelle Vertreter des linken Lagers. So erhoffte er sich, die Debatte mitzugestalten und auch im antiliberalistischen Lager zu punkten. Er spielte mit den ideologischen Grenzen politischer Lager und zeigte dabei deutlich seine Absicht, sie gegebenenfalls auch zu überschreiten. So gelang es ihm, auch in der Sozialpolitik die Debatte nach seinen Vorstellungen zu gestalten.

Häufig haben Kommentatoren von einem Anstieg sozialer Ungleichheit und der Unsicherheit der Arbeitsplätze in Frankreich gesprochen, und dieses Thema fand einen gewissen Widerhall in der Wählerschaft: Im Jahr 2007 sahen die Franzosen im Bereich der Arbeitslosigkeit den größten Handlungsbedarf für die Politik. Doch diese Spitzenposition auf der politischen Agenda, die den Sozialthemen bereits im Jahr 2002 von den Themen Gewalt und Unsicherheit streitig gemacht worden war, schien auch 2007 nicht unangefochten zu sein, insbesondere dann, wenn die Situation mit den Jahren 1988 und 1995 verglichen wird (43 Prozent im Jahr 2007 gegenüber 80 und 73 Prozent in den beiden Vergleichsjahren). Zudem rückten neue Aspekte der Wirtschafts- und Sozialpolitik im Jahr 2007 in den Vordergrund und führten zu neuen Ängsten: Nie zuvor war den Fragen der Kaufkraft und der Preissteigerungen am Vorabend einer Präsidentschaftswahl eine so große Bedeutung beigemessen worden (13 und 18 Prozent im Jahr 2007 gegenüber jeweils drei Prozent im Jahr 1995). Die wirtschafts- und sozialpolitischen Anliegen der Bürger scheinen dabei in besonderer Weise von der jeweiligen persönlichen Interessenlage beeinflusst zu sein; die Wähler handelten 2007 eher als einzelne Wirtschaftsakteure denn als Mitglieder einer Gemeinschaft. Die Angst vor persönlichen Nachteilen stand im Vordergrund.

Hierin lag ein wichtiges Potenzial für eine Neugestaltung des wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Diskurses, der die traditionelle Gegenüberstellung wirtschaftspolitischer Positionen und Instrumente überwinden sollte, welche die Debatte zwischen Links und Rechts lange Zeit bestimmt hatte: die

Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftssystems gegenüber dem Wohl der Arbeitnehmer. Nicolas Sarkozy erkannte früh die Möglichkeiten, die sich aus dieser Entwicklung für seinen Wahlkampf ergaben, und nutzte sie seit Januar 2007. Seine politische Botschaft hatte dabei nicht mehr viel mit den Beschlüssen des UMP-Parteitags vom 16. und 17. März 2005 gemein, in deren Mittelpunkt eine Reform des Arbeitsrechts gestanden hatte. Vielmehr konzentrierte sie sich auf die Idee der individuellen Verantwortlichkeit: persönliches Verdienst statt solidarischer Gesellschaft; der individualistische Leitsatz »Wer mehr arbeitet, verdient auch mehr« statt des Ziels, die Gesellschaft als Ganzes voranzubringen. Diese Individualisierung in Wirtschaftsfragen war eine Reaktion auf die wachsende Besorgnis ums eigene Wohl bei einem Teil der Wählerschaft und veränderte entscheidend die Ausgangslage des Wahlkampfes. Vor dem Hintergrund von Ségolène Royals Phase des Abwartens und Zuhörens im Namen der »Partizipation« fiel diese Entwicklung umso stärker ins Auge. Zuzuhören statt selbst die politische Bühne zu beherrschen hieß zugleich, seinem Gegner das Feld in den Medien zu überlassen und ihm die Möglichkeit zu geben, die Wahlkampfthemen zu bestimmen. Die Logik der Individualisierung setzte sich so gegenüber einer Gemeinschaftslogik durch und brachte die beiden Kandidaten im Bereich der Wirtschaftspolitik auf Augenhöhe – genau dort, wo sich die traditionelle Skepsis der Wähler gegenüber einer liberalen Wirtschaftspolitik zu Lasten des UMP-Vorsitzenden hätte auswirken können.

Dass es ihm gelang, diese Nachteile in der Wirtschaftspolitik auszugleichen, ist einer der Gründe für den Sieg Sarkozys. Hinzu kommt, dass er weitere Themen auf der Wahlkampfabenda platzieren konnte, mit denen er später punkten sollte: Immigration, Integration, Sicherheit. In diesem Zusammenhang spielte die bereits erörterte übermäßige Fixierung der französischen Gesellschaft eine entscheidende Rolle.

Schematisch betrachtet existieren innerhalb der Wählerschaft zwei Gegensatzpaare: In wirtschaftspolitischen Fragen stehen sich Liberalismus und Antiliberalismus gegenüber, auf gesellschaftlicher Ebene autoritäre und libertäre Gesellschaftsbilder.²²

Diese beiden Achsen mit ihren je zwei Grundhaltungen scheinen unabhängig voneinander und in der Regel nicht deckungsgleich zu sein. So kennen große Teile der Wählerschaft die Erfahrung, bei ihrer Wahlentscheidung in zwei gegensätzliche Richtungen zu tendieren. In den siebziger und achtziger Jahren folgten die Arbeiter beispielsweise mehrheitlich ihren sozial- und wirtschaftspolitischen Überzeugungen und unterstützten mit ihrer Stimme die linken Parteien. Doch zugleich hätte der Wertkonservatismus der Arbeiterklasse²³ dieser Entscheidung im Wege stehen können, denn kaum eine Partei vertritt zugleich einen wirtschaftlichen Antiliberalismus und ein autoritäres Gesellschaftsbild.

In gewisser Weise formt in der Politik das Angebot der Parteien die Nachfrage der Wähler, indem es sie für bestimmte Themen sensibilisiert und so Trennlinien innerhalb der Wählerschaft aufbaut. Dem Front national und Jean-Marie Le Pen beispielsweise gelang der Aufstieg nicht deshalb, weil sie eine Nachfrage nach immigrationsfeindlicher Politik weckten, sondern auf Grund ihrer Fähigkeit, die latent in der Wählerschaft vorhandene autoritäre Haltung in politische Forderungen zu fassen. Dass der zweite Wahlerfolg Le Pens durch seinen Rückhalt in der Arbeiterschicht ermöglicht wurde, ist daher kein Zufall. Angesichts der zunehmenden Annäherung zwischen Rechts und Links blieben sicherheitspolitische und ethnozentristische Themen im politischen Diskurs unbesetzt, und der FN verstand es, sich dieser Themen anzunehmen. Bei einer alleinigen Wahlentscheidung zwischen RPR und PS wäre die Arbeiterschicht jedoch vor allem durch ihren Wertkonservatismus von einer Rückkehr ins linke Lager abgehalten worden. Und nicht zufällig beeinflusste die Klassenzugehörigkeit die Entscheidung des zweiten Wahlgangs bei den Präsidentschaftswahlen 1988 und 1995 mehr als die des ersten: War das Politikangebot im ersten Wahlgang noch von den beiden genannten Gegensatzpaaren und ihren Wertvorstellungen geprägt, welche die traditionelle Zuordnung zu politischen Lagern durchkreuzten, so bot sich im zweiten Wahlgang nur mehr das klassische Schema von zwei Alternativen.²⁴

Der UMP-Kandidat hätte die Politik einer Abschottung der französischen Gesellschaft nach außen dem FN überlassen und sich in seinem Wahlkampf

auf soziale und wirtschaftliche Themen konzentrieren können. Doch Nicolas Sarkozy steckte den thematischen Rahmen seines Wahlkampfes anders ab: Verbrechensbekämpfung, Migrationspolitik und Integrationsfragen stellten die ideologischen Eckpunkte seines Programms dar. Und dies wirkte sich in zweifacher Hinsicht auf die Wählerschaft aus.

Zum einen drängte sich diese Agenda dem Kandidaten Nicolas Sarkozy geradezu auf – und zwar nicht zuletzt durch die Positionen der sozialistischen Kandidatin: die Vorschläge zur Erhöhung von Mindeststrafen aus dem rechten Lager überbot sie durch den Begriff einer »gerechten Ordnung« und der Forderung von Militärcamps für jugendliche Straftäter. Das Thema Unsicherheit machte die Linke zu dem Feld, auf dem sie ihre Glaubwürdigkeit und ihre Führungskompetenz beweisen wollte. Die wichtige Funktion dieser Positionen in der sozialistischen Kampagne rückte das Thema Unsicherheit erst in den Mittelpunkt und trug dazu bei, einen repressiven Grundton in den Wahlkampf einzuführen und nicht zuletzt dadurch den Positionen des erfahrenen ehemaligen Innenministers in der Sicherheitspolitik Glaubwürdigkeit zu verleihen. Wenn es einen Bereich gab, in dem Sarkozy sichtbare Ergebnisse vorweisen konnte, die zudem die Zustimmung der Bevölkerung fanden, so war es der der Sicherheitspolitik.

Zudem traf die Haltung Sarkozys im Bereich der »Abschottung nach außen« einen verborgenen Nerv bei Teilen der Wählerschaft. Immigration und Integration waren bis vor einigen Jahren für jeden konservativen Kandidaten riskante Themen; die Fixierung der französischen Gesellschaft jedoch machte sie zu legitimen Wahlkampfthemen. Die Betonung republikanischer Werte in der Immigrationsdebatte diente nicht nur rhetorischen Zwecken, um die Bevölkerung durch eine Diskussion dieser Themen nicht vor den Kopf zu stoßen. Das Thema Immigration wurde zu einem zentralen Punkt der politischen Debatte und fand Anerkennung als Wahlkampfthema, insbesondere in Folge der Unruhen in den Vorstädten im Jahr 2005, der Debatte über Kopftücher an den Schulen oder des wachsenden Drucks, den einige muslimische Organisationen auszuüben versuchten. All dies wiederum kam jenen Kandidaten zu Gute, die sich einer »Islami-

sierung der französischen Gesellschaft« widersetzen möchten. Auch Sarkozy näherte sich diesen Positionen an und sprach sich vor allem gegen Polygamie und die Beschneidung von Mädchen und Frauen aus, obwohl diese Themen nur einen überaus geringen Teil der pluralistischen französischen Gesellschaft betrafen. Auch sein Vorschlag zur Schaffung eines Ministeriums für Immigration und nationale Identität verursachte großen Wirbel.

Wie im Bereich der Sicherheitspolitik bereiteten seine Gegner Sarkozy auch hier ein leichtes Spiel. Schon der Vorschlag eines Ministerium für Immigration und nationale Identität vom 10. März 2007 nahm der sozialistischen Kandidatin den Wind aus den Segeln, als sie gerade im Anschluss an ihre Rede in Villepinte (11. Februar) und ihren viel beachteten Auftritt in der Wahlsendung »J'ai une question à vous poser« (19. Februar) ihr Programm vorstellen wollte. In den Medien steuerte sie zu impulsiv und direkt auf ihr Ziel zu. Dem künftigen Präsidenten gelang es dagegen, wie im Fall seiner Aussagen über »positive Diskriminierung« und über den Dampfreiniger (»Kärcher«) – mit letzterem meinte er die Anwendung rigoroser Maßnahmen in Problembezirken – eine wahre Kaskade von Reaktionen, Analysen und Kritiken seiner Konkurrenten auszulösen. Diese bescherten dem UMP-Kandidaten mediale Aufmerksamkeit, sicherten damit seine ständige, auch indirekte Präsenz in der Öffentlichkeit und überließen ihm den Platz im Zentrum der politischen Debatten. Anstatt sich anderen Fragen zu widmen, nahmen die übrigen Kandidaten die Themen Immigration und Integration als wichtige Punkte in ihr Wahlprogramm auf. Und indem sie zur Haltung Sarkozys Position bezogen, seinen Themen damit einen Platz auf ihrer Agenda einräumten und Alternativen zu seinen Vorschlägen einbrachten, verliehen sie diesen Fragen selbst eine besondere Bedeutung. Wenn Ségolène Royal von der Marseillaise und der Nationalflagge sprach, so erinnerte dies an die Idee von Ernest Renan, nach der die französische Staatsbürgerschaft auf dem Bekenntnis der Bürger zu gemeinsamen Werten und Überzeugungen beruht (»tägliches Plebiszit«). Denn ihr ging es eher darum, eine nationale Identität im Sinne eines Willens zum Zusammenleben wiederzubeleben, statt eine »ethnische« Staatsbürgerschaft zu propagieren, die auf Blutsverwandtschaft beruht.

Dennoch berührte sie damit implizit das Thema der nationalen Identität und sorgte dafür, dass es im Wahlkampf präsent blieb, anstatt eine neue Debatte zu eröffnen und das Themenfeld zu wechseln.

Letztendlich bestand das Rezept von Nicolas Sarkozy also aus folgenden Elementen:

- Ein bewusstes Aufgreifen der Themen, die ihm zunächst nicht zu liegen schienen, verbunden mit dem Versuch, sie neu auszurichten, anstatt ihre Entwicklung dem Zufall zu überlassen. Als bestes Beispiel hierfür dient der wirtschafts- und sozialpolitische Bereich, in dem es ihm gelang, die traditionelle Opposition zwischen Rechts und Links aufzubrechen und stattdessen der Solidargesellschaft eine Gesellschaft des Verdienstes gegenüberzustellen.
- Seine Entscheidung, auch schwierige politische Themen wie Kriminalität, Immigration und Integration auf seine politische Agenda zu setzen, statt hier dem FN das Feld zu überlassen. Insbesondere in diesen Fragen machte er sich die übermäßige Fixierung der französischen Gesellschaft zunutze.
- Ein gekonnter Umgang mit den Medien, indem er mit dem Überschreiten von Grenzlinien spielte, um selbst den Rhythmus des Wahlkampfes vorzugeben und das für ihn günstigste Terrain festzulegen, auf dem dann der politische Machtkampf stattfinden soll.

Das Rezept funktionierte, Nicolas Sarkozy errang einen sicheren Wahlsieg. Ohne einen neuen Grundton im Wahlkampf, der die Debatte über Integration und Immigration maßgeblich beeinflusst hat, wären diese Themenbereiche höchstwahrscheinlich ein Tabu geblieben und von der Rechten gemieden worden. Dann wäre Jean-Marie Le Pen vielleicht nicht in doppelter Hinsicht von seinen Wählern im Stich gelassen worden – indem sie zunächst schon im ersten Wahlgang für den UMP-Kandidaten stimmten und dann im zweiten Wahlgang nicht den Wahlempfehlungen ihres »Chefs« folgten. Hätte in der Wählerschaft nicht eine latente Fixierung in Bezug auf die oben genannten Themen bestanden, dann wären die Vorschläge Sarkozys nicht von solcher Sprengkraft gewesen und andere politische Überlegungen hätten die Wahlentscheidung der

Bürger bestimmt. Das Wahljahr 2007 wäre in diesem Fall nur eine Wiederholung der Wahlen von 2004 gewesen.

Doch es bleiben noch einige Fragen unbeantwortet, darunter vor allem die nach der Nachhaltigkeit des Wahlerfolgs von Nicolas Sarkozy: Handelt es sich tatsächlich um eine Neuausrichtung, die von Dauer

ist? Oder war der Sieg Sarkozys ein einmaliger Erfolg?

Vincent Tiberj, wissenschaftlicher Mitarbeiter am CEVIPOF (Centre de recherches politiques de Sciences Po), Paris, und Dozent am Institut d'Etudes Politiques de Paris.
Übersetzung aus dem Französischen: Katrin Sold.

Anmerkungen

- 1 Die Umfragen des Instituts TNS-Sofrès zu den Wahlabsichten hatten seit dem 17. Januar 2007 durchgängig einen Sieg des konservativen Lagers vorausgesagt.
- 2 Eine Beschreibung des »Baromètre politique français« sowie Ergebnisse und Forschungsberichte können auf der Seite <<http://www.cevipof.msh-paris.fr/bpf/barometre/bar0.htm>> abgerufen werden.
- 3 In einem der zentralen Werke der neunziger Jahre über die amerikanische Politik spricht Martin Wattenberg über eine Ablösung der traditionellen »party-centered politics« durch eine neue »candidate-centered politics«. Vgl. Martin Wattenberg, *The decline of American political parties: 1952–1988*, Cambridge, MA, 1990.
- 4 Vgl. Vincent Tiberj, *Compétence et repérages politiques en France et aux Etats-Unis: une contribution au modèle de «l'électeur raisonnant»*, in: *Revue française de science politique*, Nr. 2 (2004), S. 261–287.
- 5 Tiberj, *La crispation identitaire de la France*, im Erscheinen.
- 6 Vgl. hierzu v.a.: Pierre Martin, *Les élections législatives des 10 et 17 juin 2007 et la situation politique française*. Der Artikel wird im Herbst 2007 in: *Commentaire*, Nr. 117 (2007) erscheinen.
- 7 Vgl. Inglehart Ronald, *Cultural Shift in Advanced Industrial Societies*, Princeton, 1990, Russel J. Dalton: *Citizen politics in western democracies: public opinion and political parties in the United States, Great Britain, West Germany, and France*, Chatham 1988, Gérard Grunberg, Etienne Schweisguth, *Les recompositions idéologiques*, in Boy Daniel, Mayer Nonna (Hrsg.), *L'électeur a ses raisons*, Paris 1997, p. 139–178.
- 8 Etienne Schweisguth, *Le trompe-l'œil de la droitisation*, in: *Revue française de Science politique*, Nr. 3/2007, S. 393–410.
- 9 Mark Franklin, Thomas Mackie, Henry Valen (Hrsg.), *Electoral change: responses to evolving social and attitudinal structures in Western countries*, Cambridge, MA, 1992.
- 10 Florent Gougou, *L'éclatement du vote populaire (1965–2002)* in: Pascal Perrineau (Hrsg.): *Atlas électoral: qui vote quoi, où, comment?*, Paris 2007, S. 82–87.
- 11 CEVIPOF, Ministère de l'Intérieur: *Enquête postélectorale présidentielle 2007*.
- 12 Pippa Norris (Hrsg.), *Critical Citizen. Global Support for Democratic Government*, Oxford 1999.
- 13 Selbst wenn die Wahlbeteiligung, nach der absoluten Zahl der abgegebenen Stimmen, nie zuvor in der französischen Geschichte so hoch war.
- 14 Jérôme Jaffré, Anne Muxel, *S'abstenir: hors du jeu ou 'dans le jeu' politique?*, in: Pierre Bréchon, Annie Laurent, Pascal Perrineau (Hrsg.), *Les cultures politiques des Français*, Paris 2000.
- 15 Tiberj, *Le système partisan comme espace des possibles: le tournant cognitiviste dans l'étude du lien partisan*, in: Florence Haegel (Hrsg.), *Partis politiques et système partisan en France*, Paris 2007.
- 16 CEVIPOF, Ministère de l'Intérieur: *Enquête postélectorale présidentielle 2007*, <<http://www.cevipof.msh-paris.fr/PEF/2007/V2/PEF-R16275-V2-ResultatsEnsemble.pdf>>.
- 17 Gérard Grunberg, Florence Haegel, *La France vers le bipartisme? La présidentialisation du PS et de l'UMP*, Paris 2007.
- 18 Jean-Louis Missika, Dorine Bregman, *La campagne: la sélection des controverses politiques*, in: Gérard Grunberg, Elisabeth Dupoirier (Hrsg.), *Mars 1986: la drôle de défaite de la gauche*, Paris 1986.
- 19 Vgl. v.a. Nicolas Sauger, Sylvain Brouard, Emiliano Grossman, *Les Français contre l'Europe? Les sens du référendum du 29 mai 2005*, Paris 2007.
- 20 Zum Phänomen der unterschiedlichen Mobilisierung vgl. Anne Jadot, *Mobilité, rationalité: une exploration des itinéraires électoraux, 1973–1997*, in: Bréchon, Laurent, Perrineau (Hrsg.), a. a. O. (Anm. 14).
- 21 André Malraux bezeichnete mit diesem berühmt gewordenen Satz die von Charles de Gaulle 1947 gegründete Partei »Rassemblement du peuple français«.
- 22 Herbert Kitschelt, *The radical right in Western Europe: a comparative analysis*, Ann Arbor, MI, 1995.
- 23 Jacques Capdevielle, René Mouriaux: *L'ouvrier conservateur*, Nantes, 1983.
- 24 Elisabeth Dupoirier, *Dynamique de l'espace social et vote*, in: Bruno Cautrès, Nonna Mayer (Hrsg.): *Le nouveau désordre électoral*, Paris 2004, S. 185–206.