

# Politik

## Themenbericht

Februar und Juni 2002 (KW 6 bis 9 2002 und KW 23 bis 27 2002)

# Informationen zur Befragung

**Grundgesamtheit**

In Privathaushalten lebende deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland

**Methode**

Telefonische Befragung (CATI)

**Untersuchungszeitraum**

4. Februar bis 3. März, 3. Juni bis 7. Juli 2002 (KW 6 bis 9/23 bis 27 2002)

**Stichprobe**

1.407 Befragte (KW 6-9), 1.754 Befragte (KW 23-27)

**Feldarbeit**

BIK Umfrageforschung, Hamburg

**Design, Fragebogen,  
Datenanalyse und Bericht**

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt am Main

# Ergebnisse im Überblick I:

- Knapp jeder fünfte Befragte (19%) interessiert sich sehr stark für Politik, weitere 42 Prozent sind am Thema interessiert. Interesse an Politik ist vor allem eine Frage des Alters: Nur 38 Prozent der 14-29-Jährigen zeigen Interesse am Thema. Überdurchschnittlich interessiert sind die über 50-Jährigen (73%) und Befragte mit einem Haushaltsnettoeinkommen über 2.500 €.
- Jeder dritte Befragte ist an der kommenden Bundestagswahl sehr stark interessiert. Knapp die Hälfte (47%) ist normal interessiert. Jeder fünfte Befragte hat weniger Interesse. Sehr für die Wahl interessieren sich vor allem Männer (40%), die über 50-Jährigen (39%) und Befragte mit hohem Haushaltsnettoeinkommen (42%). Von den bisher unentschiedenen Wählern und den Befragten ohne Parteibindung interessiert sich nur jeder Fünfte sehr für die Wahl.

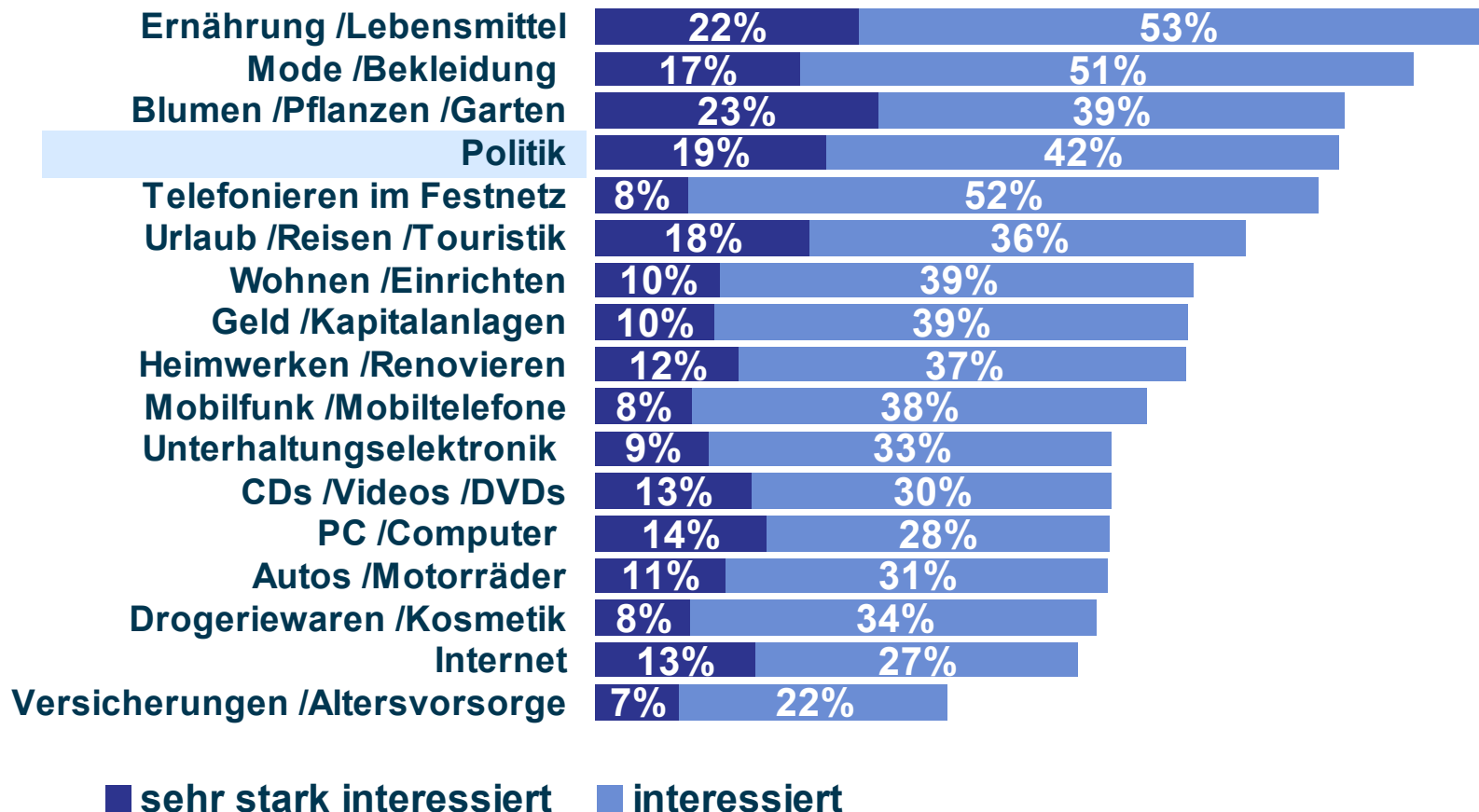
## Ergebnisse im Überblick II:

- Das Thema Arbeitslosigkeit bleibt – wie schon im Februar – mit großem Abstand das wichtigste politische Thema für die Befragten (82%). An Bedeutung gewonnen haben die Themen Ausländer-/Asylrecht (21%), Familie und Kinder (19%) und Inflation (13%). An Bedeutung verloren haben Innere Sicherheit (15%), Terrorismus (7%), Staatsverschuldung (5%) und der Konflikt in Afghanistan (2%).
- Etwa die Hälfte der Befragten empfindet die wirtschaftliche Lage derzeit weder als gut noch als schlecht. Nur 15 Prozent bewerten die Lage als sehr gut oder gut, 36 Prozent als sehr schlecht und schlecht. Diese kritische Beurteilung ist in der mittleren Altersgruppe, bei den Ostdeutschen und bei den unentschiedenen Wählern besonders ausgeprägt. Eine Verbesserung der wirtschaftlichen Lage erwarten 28 Prozent der Befragten – im Februar waren noch 36 Prozent optimistisch.

## Ergebnisse im Überblick III:

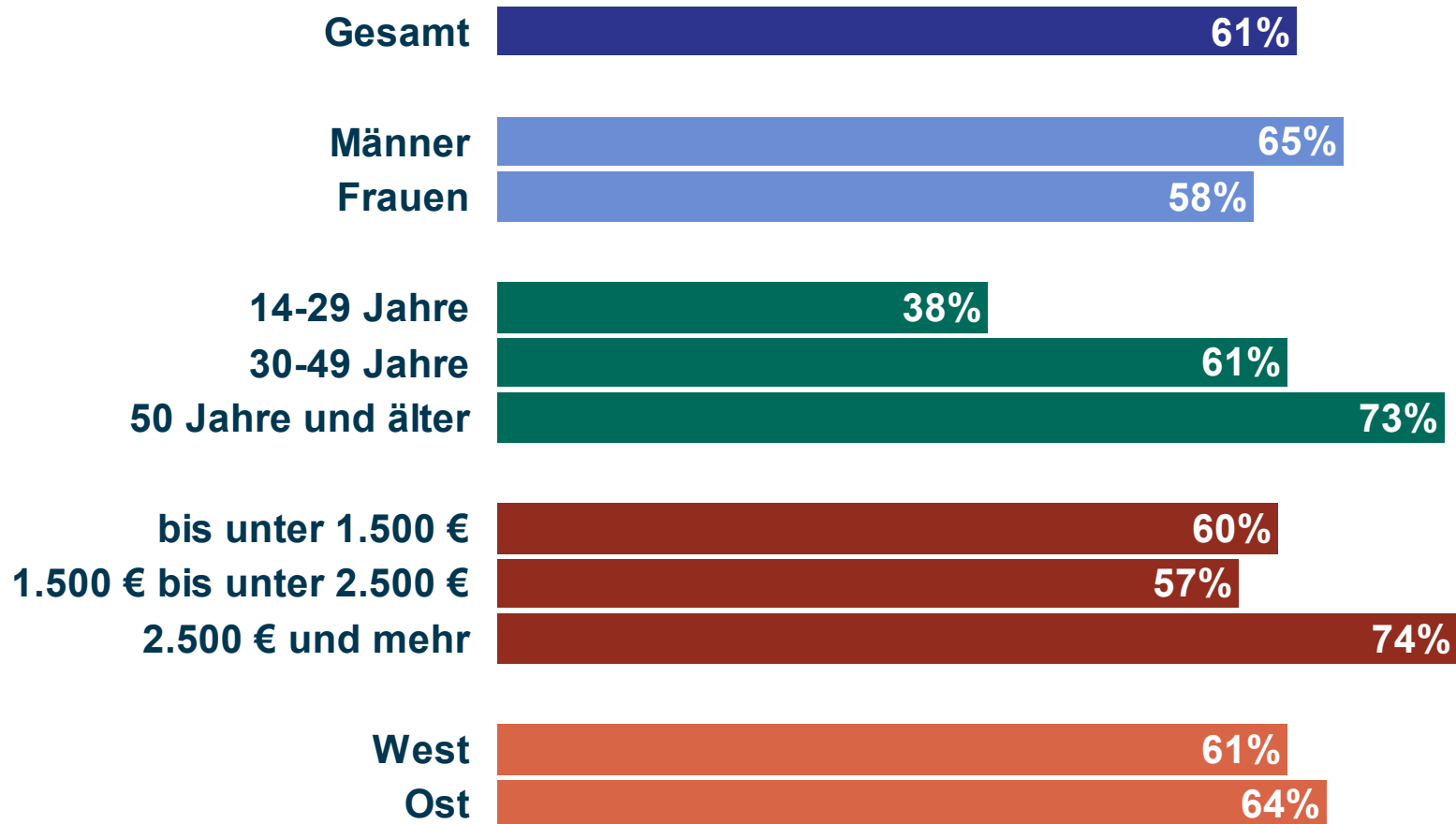
- Wähler sind Zeitungsleser: 62 Prozent derjenigen, die sich bereits für eine Partei entschieden haben, lesen regelmäßig eine Tageszeitung. Sie hören zu 47 Prozent regelmäßig Radio, etwa jeder Dritte nutzt intensiv Privat-TV und öffentlich-rechtliches Fernsehen. Die aktuellen Magazine erreichen 16 Prozent der Wähler, die zu 43 Prozent regelmäßig im Internet surfen.
- Noch unentschiedene Wähler erreicht man am besten über die Tageszeitung: Zwei Drittel derjenigen, die sich noch nicht für eine Partei entschieden haben, lesen regelmäßig eine Tageszeitung.

# Interesse an Themengebieten

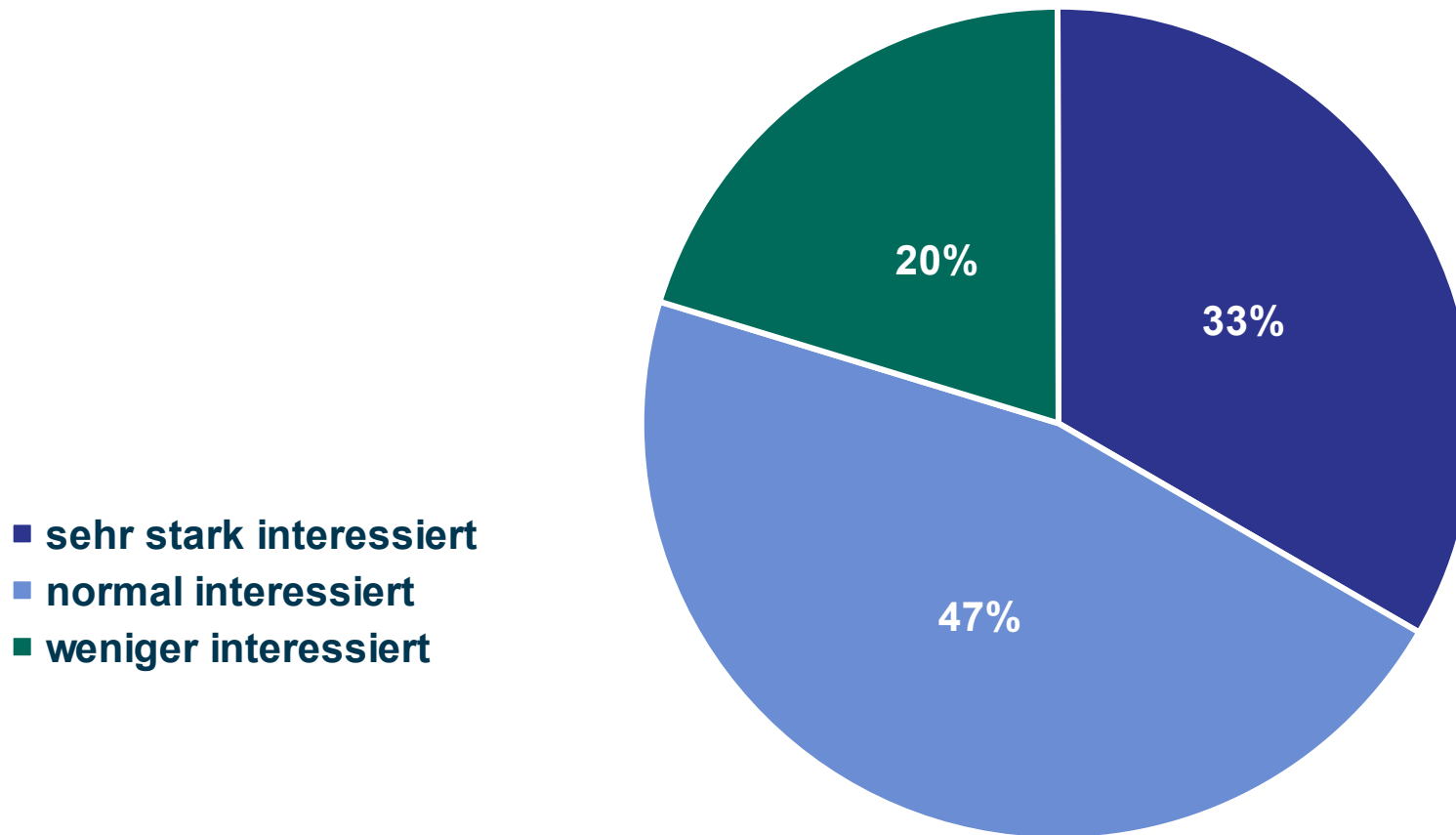


# Interesse an Politik

sehr stark interessiert/interessiert



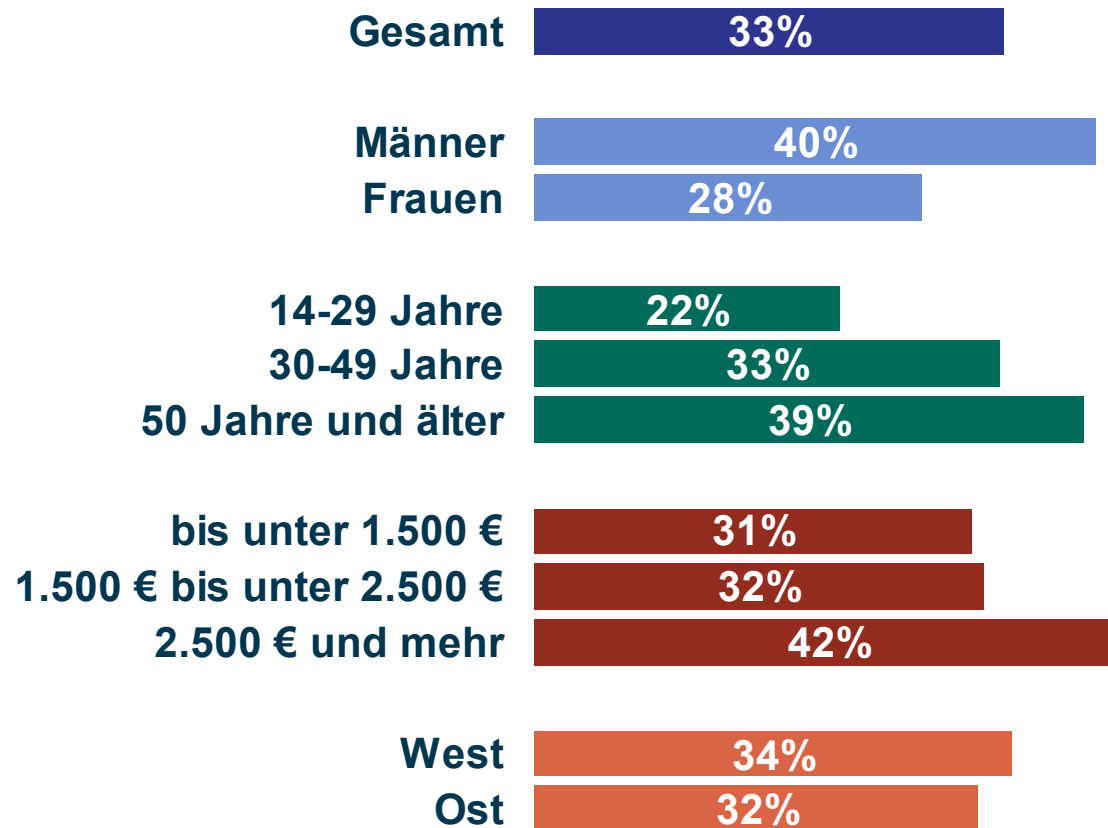
# Interesse an der kommenden Bundestagswahl



- sehr stark interessiert
- normal interessiert
- weniger interessiert

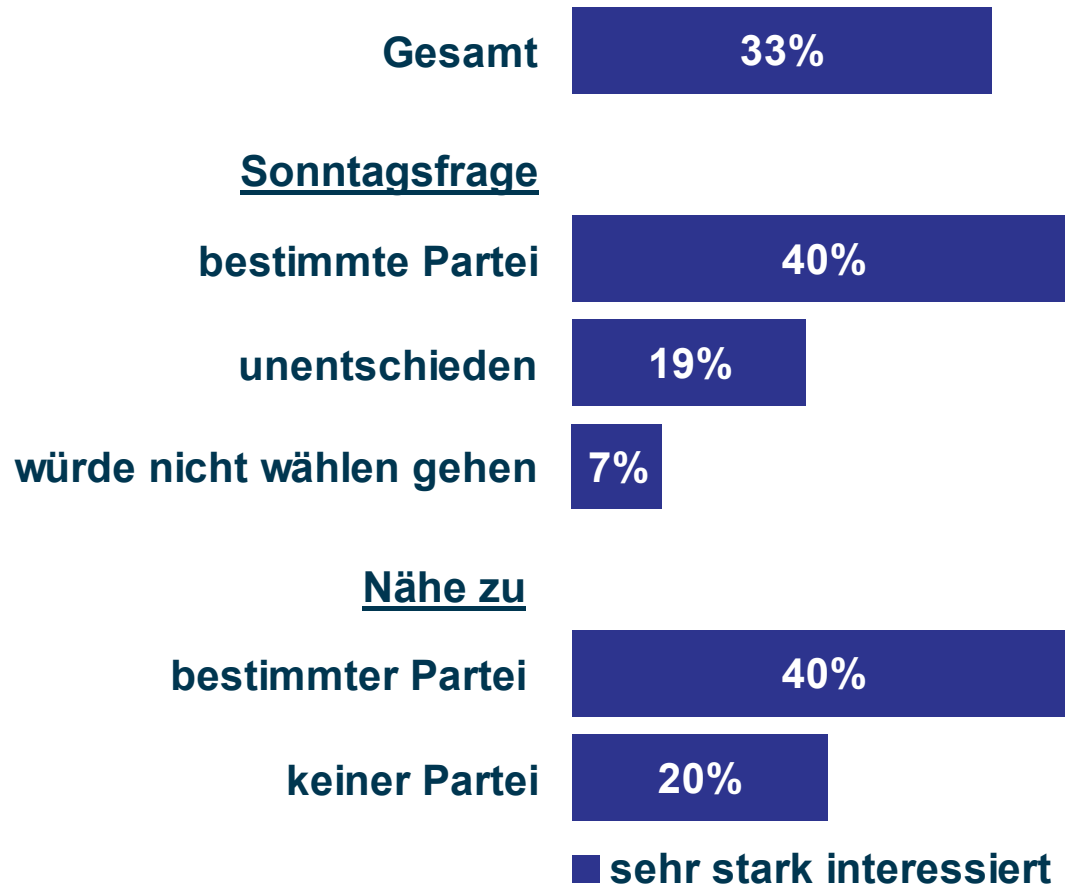
# Interesse an der kommenden Bundestagswahl

sehr stark interessiert



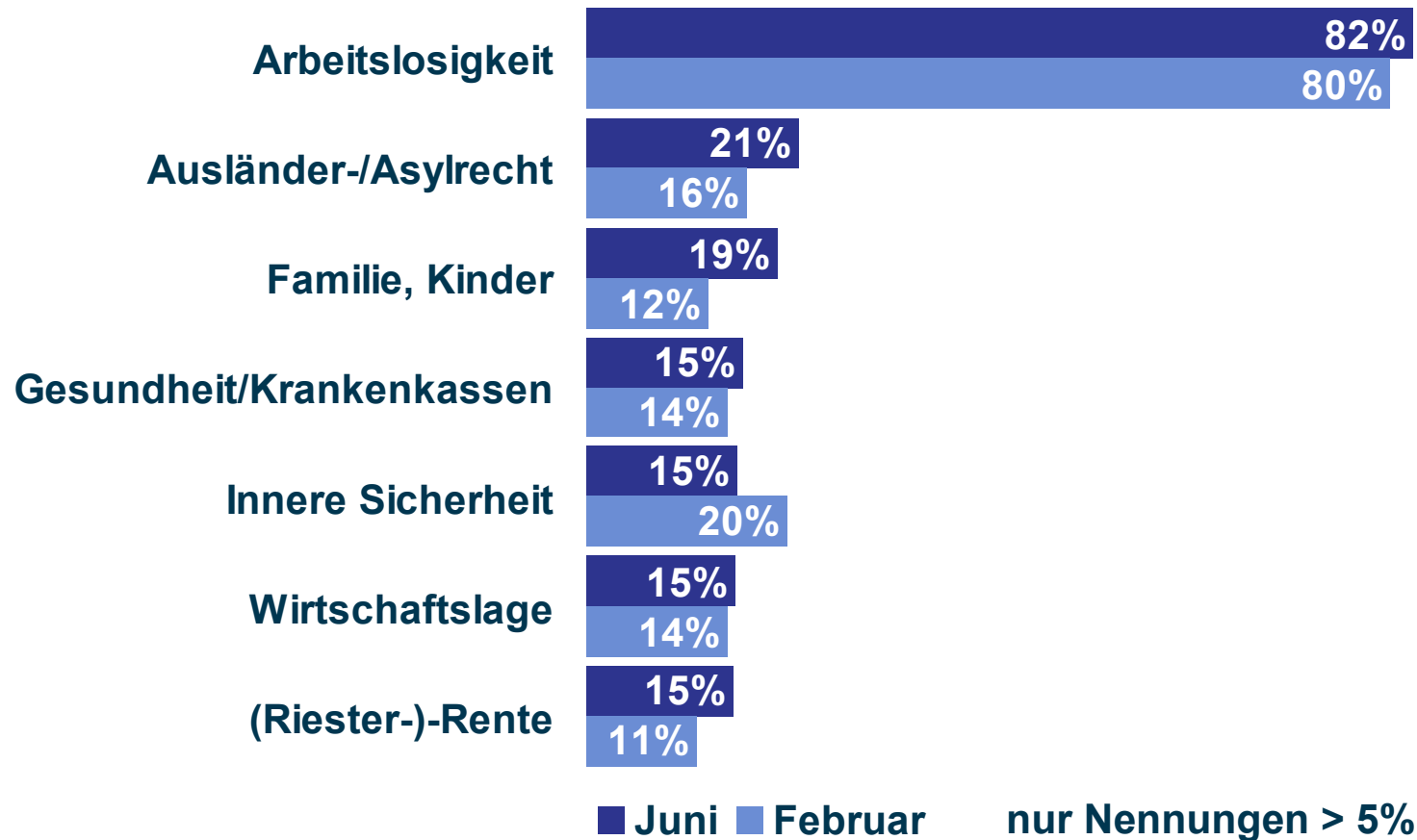
# Interesse an der kommenden Bundestagswahl

## Wahlabsichten, Parteienbindung



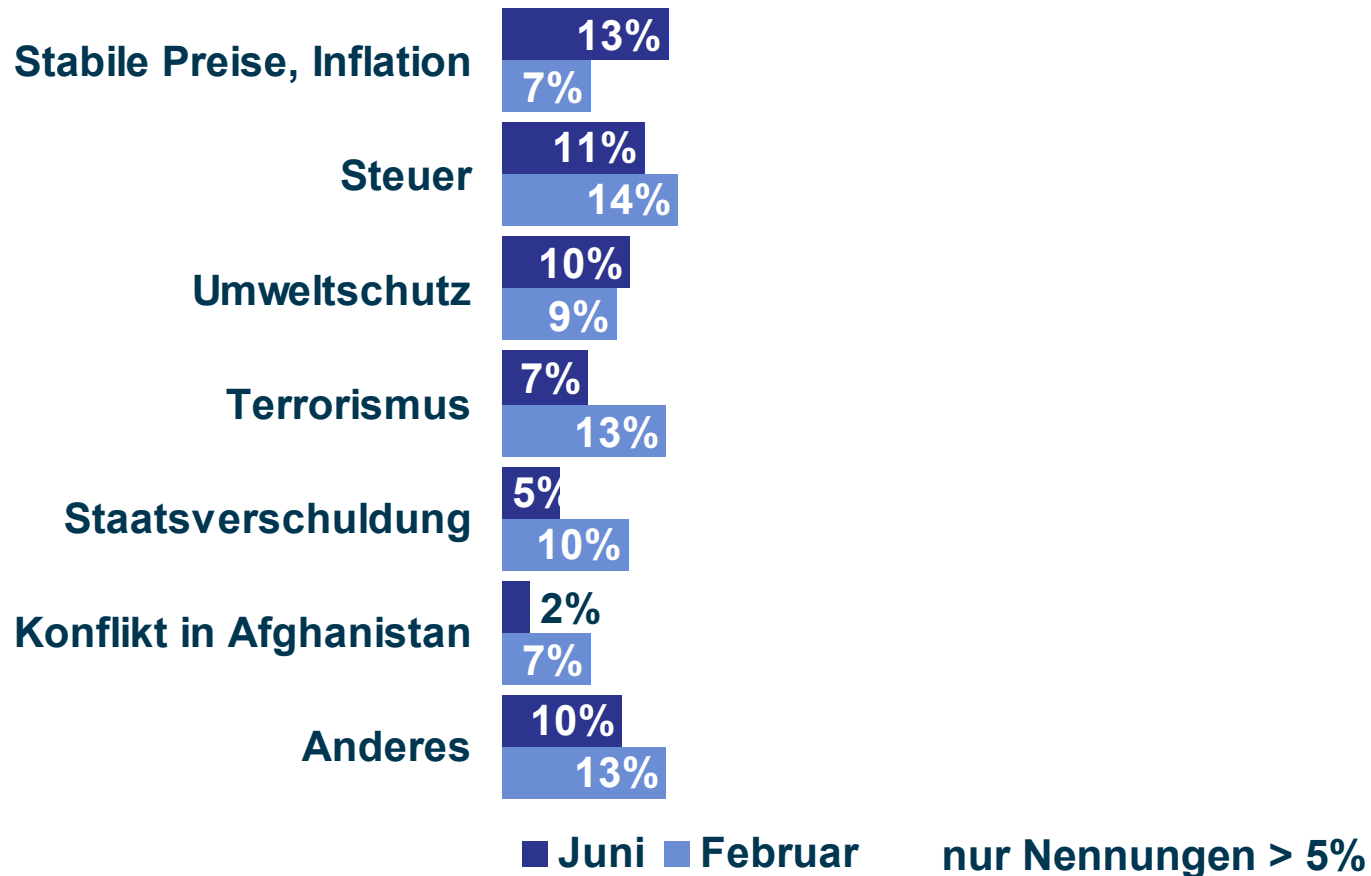
# Bedeutung politischer Probleme in Deutschland I

drei wichtigste Probleme



# Bedeutung politischer Probleme in Deutschland II

drei wichtigste Probleme



# Bedeutung politischer Probleme bei unterschiedlichen Zielgruppen

## Arbeitslosigkeit 82%

- Neue Bundesländer 85%
- Unentschiedene Wähler 86%
- Vielnutzer öff.-rechtl. TV 85%

## Ausländer, Asylrecht 21%

- 14-29-Jährige 24%
- Vielnutzer aktueller Magazine 24%

## Familie/Kinder 19%

- Frauen 24%
- 30-49-Jährige 24%
- 50 Jahre und älter 24%
- 14-29-Jährige 15%
- HH-Nettoeinkommen bis unter 1.500 € 14%
- Neue Bundesländer 16%

## Gesundheit/Krankenkassen 15%

- 50 Jahre und älter 19%
- 14-29-Jährige 10%

# Bedeutung politischer Probleme bei unterschiedlichen Zielgruppen

## Innere Sicherheit 15%

- 50 Jahre und älter 19%
- Intensive Nutzer öff.-rechtl. TV 18%
- Intensive Nutzer Privat-TV 18%
- Unentschiedene Wähler 12%
- 14-29-Jährige 11%
- 30-49-Jährige 12%
- Nichtwähler 11%

## Riester-Rente 15%

- 50 Jahre und älter 18%
- HH-Nettoeinkommen bis unter 1.500 € 19%
- Intensive Nutzer akt. Magazine 18%
- 14-29-Jährige 7%
- Unentschiedene Wähler 11%
- Nichtwähler 12%
- Intensive Internetnutzer 12%

## Wirtschaftslage/Konjunktur 15%

- Intensive Nutzer aktueller Magazine 18%
- 14-29-Jährige 11%
- HH-Nettoeinkommen bis unter 1.500 € 12%

# Bedeutung politischer Probleme bei unterschiedlichen Zielgruppen

## Stabile Preise 13%

- Intensive Nutzer öff.-rechtl. TV 16%
- Intensive Nutzer Privat-TV 16%
- An der Wahl weniger Interessierte 16%
- HH-Nettoeinkommen über 2.500 € 10%
- Nichtwähler 10%
- Intensive Nutzer aktueller Magazine 8%

## Umweltschutz 10%

- 14-29-Jährige 16%
- Intensive Internetnutzer 14%

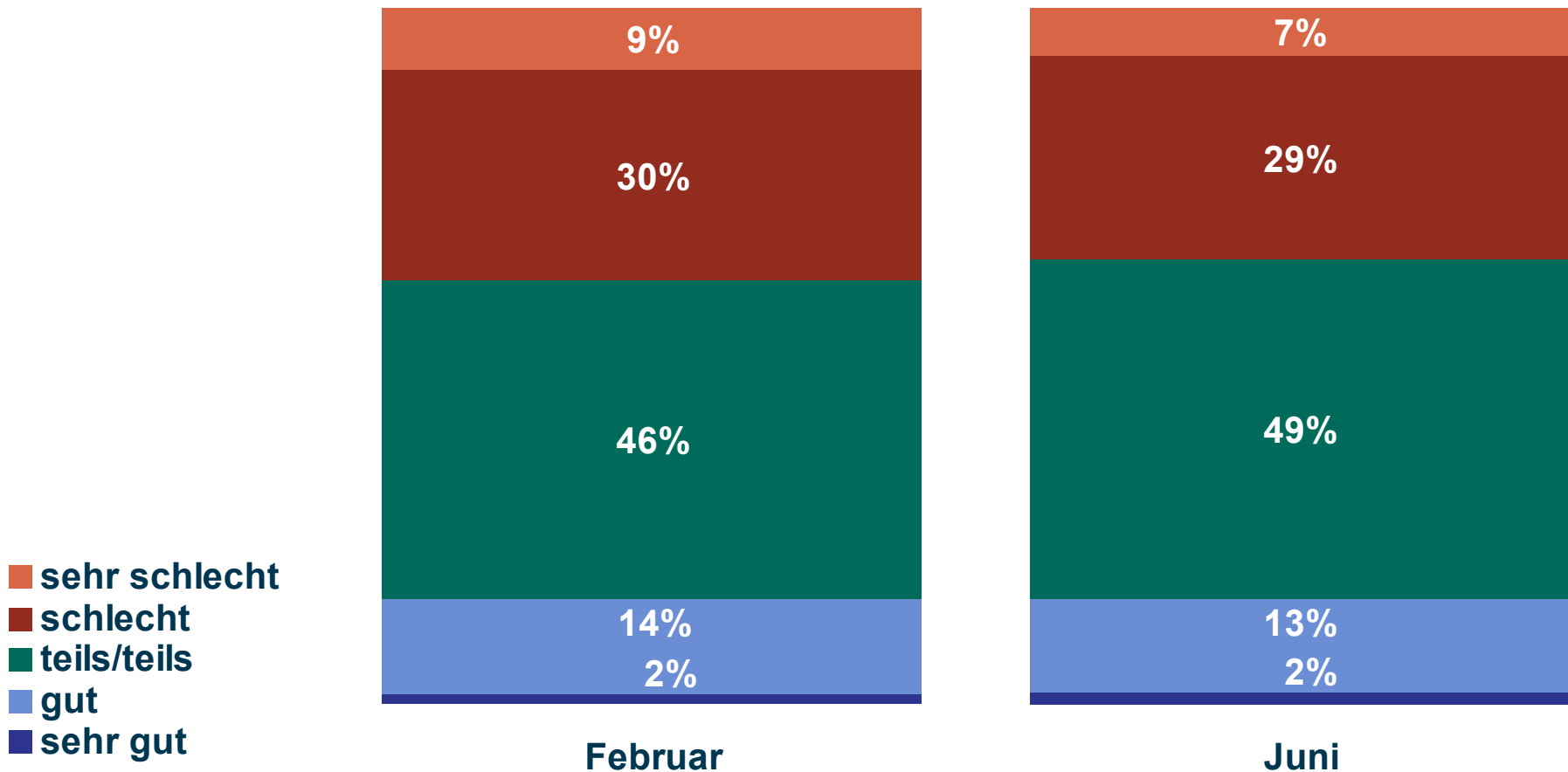
## Terrorismus 7%

- 14-29-Jährige 11%

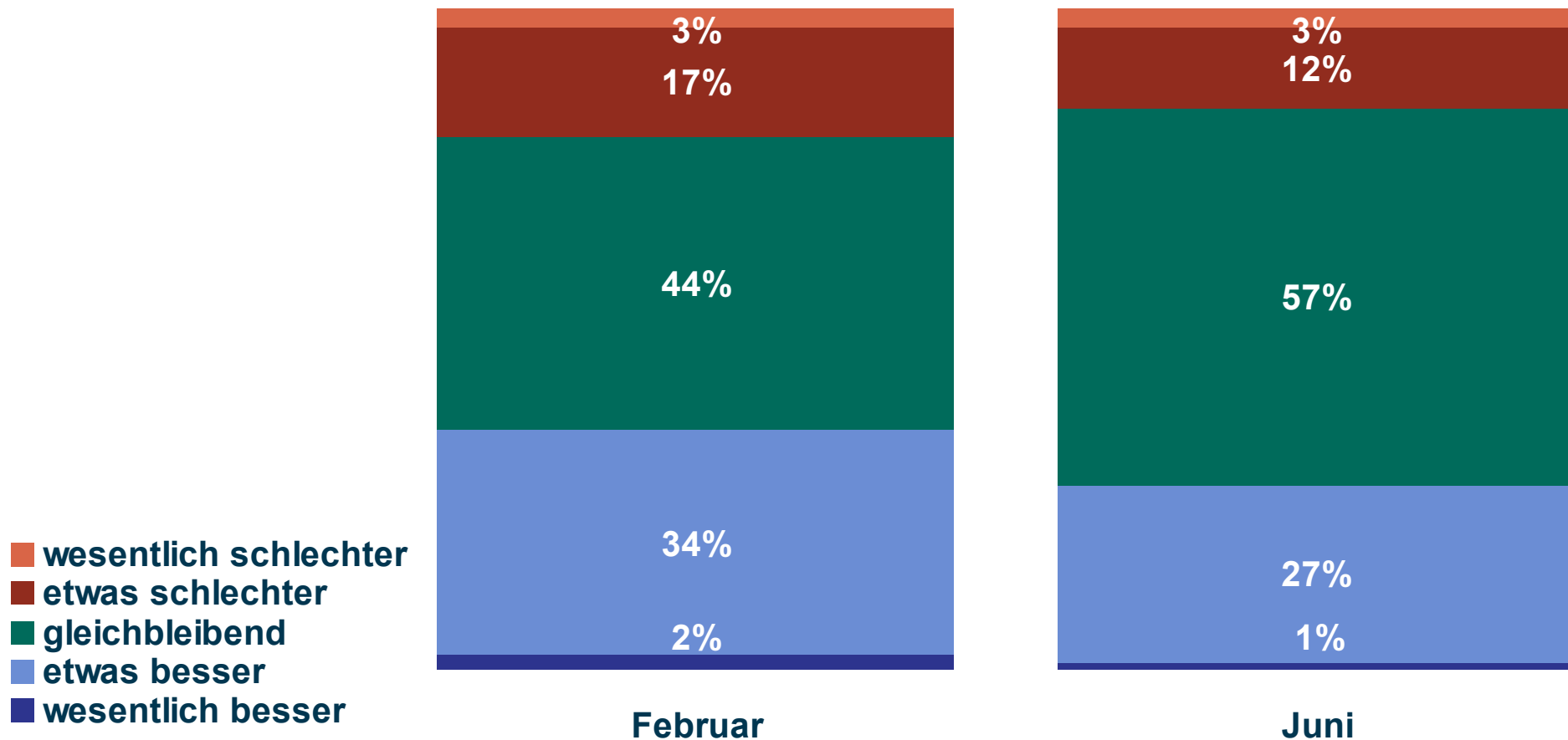
## Steuer 11%

- 14-29-Jährige 16%
- Nichtwähler 14%

# Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage



# Beurteilung der künftigen wirtschaftlichen Lage



# Wirtschaftliche Lage: Kritische Beurteilung und positive Erwartungen

## kritisch

36%

(aktuell schlecht/sehr schlecht)

### Besonders ausgeprägt:

- 30-49-Jährige 41%
- Neue Bundesländer 41%
- Unentschiedene Wähler 45%
- Keiner Partei nahestehend 41%

### Wenig ausgeprägt:

- 14-29-Jährige 30%
- Nichtwähler 15%
- Vielnutzer aktueller Magazine 31%
- Intensive Internetnutzer 33%

## optimistisch

28%

(Ende des Jahres etwas/wesentlich besser)

### Besonders ausgeprägt:

- Männer 32%
- ab 50 Jahre 32%
- HH-Nettoeinkommen über 2.500 € 31%
- Unentschiedene Wähler 32%
- Intensive Nutzer öff.-rechtl. TV 32%
- Vielnutzer aktueller Magazine 36%

### Wenig ausgeprägt:

- Frauen 24%
- 30-49-Jährige 23%
- Neue Bundesländer 25%
- Unentschiedene Wähler 21%
- Nichtwähler 13%
- Keiner Partei nahestehend 21%

# Bedeutung von Kandidaten und politischen Programmen

**Was ist wichtiger für die Wahlentscheidung?**

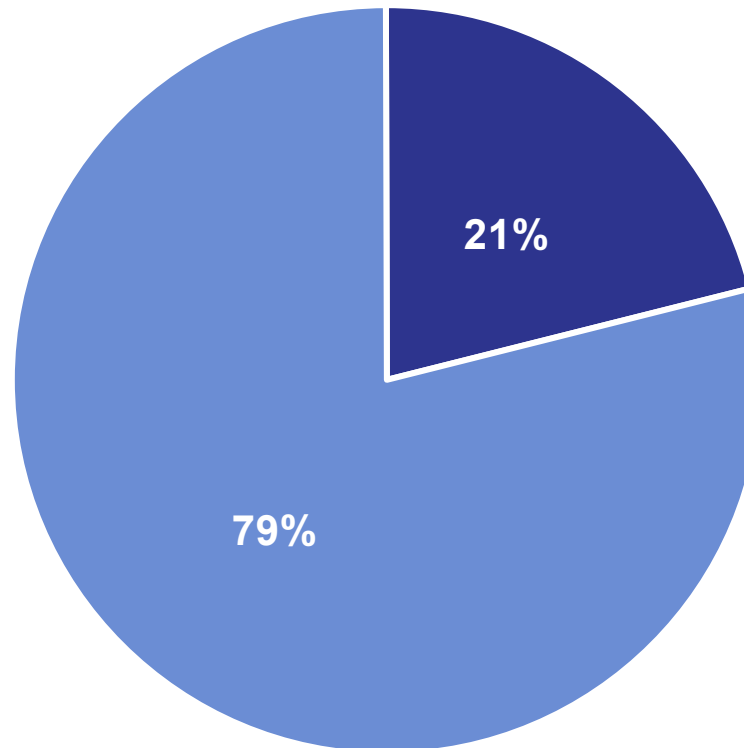
**Programmorientiert:**

**Häufiger:**

Neue Bundesländer	82%
Unentschiedene Wähler	84%
Keiner Partei nahestehend	84%

**Seltener:**

Entschiedene Wähler	76%
---------------------	-----



■ **Spitzenkandidaten** ■ **Programme, Lösung politischer Probleme**

# Mediennutzung bei Wählern und Nichtwählern

intensive Nutzer

