

DEMOKRATIE UND MENSCHENRECHTE

DER SIEG ÜBER DIE POPULIST*INNEN IN POLEN

Hinter den Kulissen des Wahlkampfes 2023

Max Brändle, Barbara Szelewa-Kropiwnicka (Hrsg.)



In einem Kopf-an-Kopf-Rennen gelang es der demokratischen Opposition, die illiberale Regierungspartei bei den polnischen Parlamentswahlen 2023 zu besiegen.



Eine starke Mobilisierung der Bevölkerung, insbesondere der jungen Frauen, war von zentraler Bedeutung und führte zu einer historischen Wahlbeteiligung von 74,4 %.



Dieser Essay-Band möchte die Hintergründe der polnischen Parlamentswahlen beleuchten und untersuchen, welche Lehren aus diesem Sieg über die Populist*innen gezogen werden können.

INHALT

EINLEITUNG

Max Brändle und Barbara Szelewa-Kropiwnicka 4

DIE STIMME DER FRAUEN, DIE WAHL POLENS

Małgorzata Kopka-Piątek 5

BEOBACHTUNGEN ZUR „NOWA LEWICA“ – WAHLKAMPAGNE

Bartosz Machalica 10

DIE WERTE DER LINKEN

Karolina Ziolo-Pużuk 14

DIE BEDEUTUNG DER SOZIALEN MEDIEN BEI DEN PARLAMENTSWAHLEN IN POLEN 2023

Wiktor Wojciechowski 18

GROßE HOFFNUNGEN, GROßE ENTTÄUSCHUNG – RECHTSRADIKALE BEI DEN POLNISCHEN PARLAMENTSWAHLEN

Michał Sutowski 23

DIE ROLLE DER ANTIDEUTSCHEN NARRATIVE IM WAHLKAMPF

Agnieszka Łada-Konefał 27

DREI ILLUSIONEN ÜBER DIE NIEDERLAGE DES POPULISMUS IN POLEN

Przemysław Sadura 31

POLEN UND UNGARN: ZWEI WAHLEN MIT UNTERSCHIEDLICHEM AUSGANG

Ernst Hillebrand 36

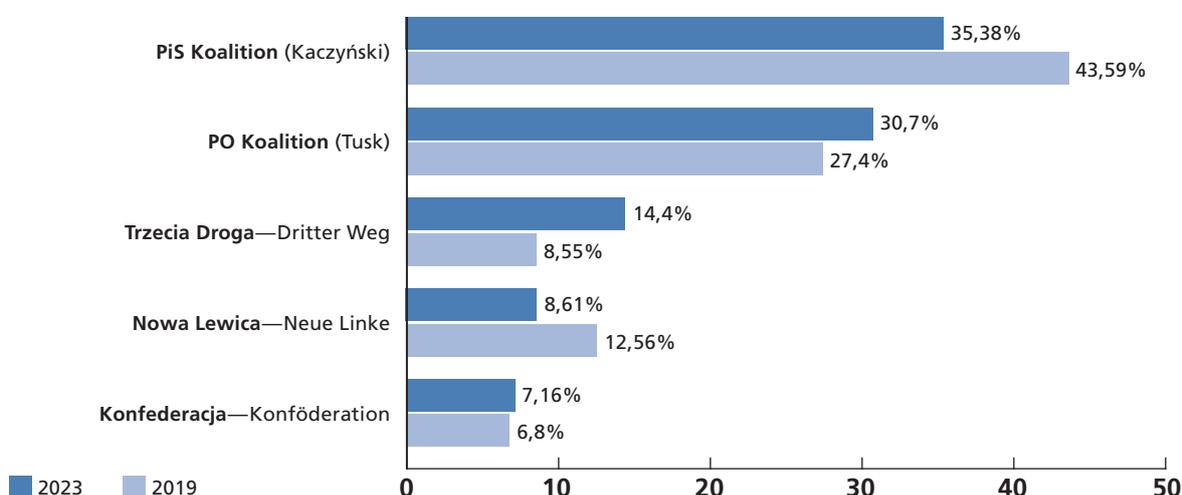
EINLEITUNG

Der Wahltag in Polen, der 15. Oktober 2023, hat sich als guter Tag für die Demokratie erwiesen. Er bietet die Gelegenheit für einen Neuanfang. Nach acht Jahren der Koalition Zjednoczona Prawica [Vereinigte Rechte] unter Führung von Prawo i Sprawiedliwość (PiS) [Recht und Gerechtigkeit] an der Macht und mit Umfragen, die Monate und sogar Wochen vor den Wahlen darauf hindeuteten, dass Regierung und Oppositionslager bestenfalls gleichauf liegen, war bis zum letzten Moment nichts sicher. In der Wahlnacht wurde dann jedoch klar, dass die PiS die Rolle der Opposition übernehmen muss. Das Ergebnis der Parlamentswahlen in Polen fiel zu Gunsten der ehemaligen Oppositionsparteien aus. Obwohl die PiS die stärkste Kraft in der polnischen Politik blieb, konnte sie keine Mehrheit bilden. Die Koalicja Obywatelska [Bürgerkoalition] unter Führung der Platforma Obywatelska (PO) [Bürgerplattform], der Trzecia Droga (TD) [Dritter Weg] und die Nowa Lewica (NL) [Neue Linke] gewannen genügend Sitze im Parlament, um eine neue Regierungskoalition bilden zu können. Die Rekordwahlbeteiligung von 74,4 Prozent war entscheidend für diesen Sieg über die Populist*innen in Polen.

Mit diesem Essay-Band möchten wir hinter die Kulissen des polnischen Parlamentswahlkampfes 2023 blicken und versuchen zu verstehen, wie die PiS schließlich besiegt werden konnte. In vielen westlichen Ländern sind wir mit ähnlichen Bedrohungen für die demokratische Ordnung konfrontiert oder haben Akteur*innen auf der politischen Bühne, die gerne dem Beispiel der PiS folgen und die liberale Demokratie zerstören würden – und viele dieser Akteur*innen werden immer stärker. Die Essays dieses Bandes wurden von Expert*innen und politischen Berater*innen zu diesem besonderen Wahlkampf in Polen verfasst. Einige erzählen die Geschichte der harten Arbeit und Entschlossenheit, mit der alle demokratischen Kräfte, einschließlich der Zivilgesellschaft, in einem sehr ungleichen Kampf den Weg zum Sieg geebnet haben. Andere analysieren den soziologischen Hintergrund und die Strategien der Parteien im Wahlkampf, um den Wahlausgang zu erklären, und einige wiederum werfen einen zweifelnden Blick auf die Dauerhaftigkeit dieser angeblichen Niederlage des Populismus in Polen.

Abbildung 1:

Polnische Parlamentswahlen



Ein genauerer Blick auf die fünf Wahlmöglichkeiten in den polnischen Parlamentswahlen 2023 zeigt eine viel größere Vielfalt, als man auf den ersten Blick erahnen könnte; jede Option ist bereits eine Koalition mehrerer Parteien oder Strömungen für sich. Am wichtigsten ist, dass der *Trzecia Droga* erst 2023 aus der Partei *Polska 2050* [Polen 2050] von Szymon Hołownia und der traditionellen *Polskie Stronnictwo Ludowe* (PSL) [Polnische Bauernpartei] hervorgegangen ist. Nach den Wahlen haben diese beiden Teile getrennte Fraktionen im polnischen Parlament gebildet. Diese Dynamik und das breite Spektrum politischer Optionen in der neuen Regierungskoalition – von sozialdemokratisch bis liberal und konservativ – werden für das Verständnis der Funktionsweise der neuen Regierung in Polen eine entscheidende Rolle spielen. In diesen Aufsätzen geht es uns aber nicht so sehr darum, in die Details des polnischen Parteienspektrums einzutauchen, sondern vielmehr darum, Erklärungen für den Ausgang der Wahlen 2023 zu liefern und sie einem internationalen Publikum zugänglich zu machen, das Interesse am Kampf gegen Populist*innen und für die Verteidigung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit findet.

Der erste Aufsatz geht der These nach, dass es die **Frauen** waren, die die **Wahlen** für die Opposition **gewonnen haben**. Tatsächlich waren nicht nur Frauenrechtsthemen im Wahlkampf präsenter denn je, sondern auch viele der zahlreichen überparteilichen Mobilisierungskampagnen, mit denen die Menschen überzeugt werden sollten, wählen zu gehen, waren an Frauen gerichtet. **Małgorzata Kopka-Piątek** erklärt, warum die Wahlbeteiligung so rekordverdächtig hoch war, und zeigt den Zusammenhang mit der Bedeutung von Frauenrechtsthemen im Wahlkampf auf.

Bartosz Machalica gibt uns einen Überblick über die **Nowa Lewica-Kampagne**. Auf der Grundlage von Umfragen, die zur Analyse der potenziellen Wählerschaft in Auftrag gegeben worden sind, entwickelte die Partei eine Strategie, die sich darauf konzentrierte, auf die Bedürfnisse ihrer Wähler*innen einzugehen und sie zu mobilisieren, sich bei diesen entscheidenden Wahlen nicht der Stimme zu enthalten.

Karolina Ziolo-Puzuk analysiert einen weiteren Aspekt der *Nowa Lewica*-Kampagne, nämlich die **Wahlkampflogans der Nowa Lewica-Kandidat*innen**. Um die Wähler*innen zu erreichen, müssen die Kandidat*innen ihre Hauptbotschaft in einem Satz

präsentieren. Karolina Ziolo-Puzuk beschreibt, wie sich dieses Wahlkampfinstrument im Hinblick auf die Kandidat*innen und Zielgruppen verändert hat.

Diese Wahlkampagne fand in einem anderen Medienumfeld statt als alle vorherigen Wahlen. Da die meisten öffentlichen Medien zu Propagandainstrumenten der Regierung geworden waren, konzentrierten sich die Wahlkampfmanager*innen auf die **sozialen Medien**. Alle Parteien setzten dafür erhebliche Mittel ein, aber nicht alle waren gleichermaßen erfolgreich. Obwohl die PiS über das größte Budget für diesen Zweck verfügte, waren die anderen Parteien effektiver und setzten verschiedene Methoden ein. In seinem Essay geht **Wiktor Wojchecowski** näher auf dieses Thema ein und zeigt die Strategien, die effektivsten Instrumente und die Gründe für die stärkere oder schwächere Wirkung auf.

Eine der größten Überraschungen bei den Wahlen 2023 war das relativ **schwache Ergebnis der Konfederacja**. Im Frühjahr 2023, zu Beginn des Wahlkampfs, sorgte sich das liberaldemokratische Lager nicht nur um eine mögliche Niederlage gegen die PiS, sondern auch um die steigende Popularität der rechtsradikalen Konfederacja. **Michał Sutowski** analysiert die Gründe für den plötzlichen Rückgang der Unterstützung für die Konfederacja in der Endphase ihrer Kampagne. Die hohe Wahlbeteiligung der Frauen, so argumentiert er, hat den Rechtsradikalen am meisten geschadet.

Die polnisch-deutschen Beziehungen hatten sich während der beiden langen Regierungszeiten der PiS erheblich verschlechtert. Jarosław Kaczyński glaubte, dass das Schüren von Ängsten gegenüber Deutschland Stimmen für die PiS mobilisieren würde. Mit dem russischen Angriffskrieg gegen die benachbarte Ukraine sollten die Menschen in Polen glauben, dass Deutschland genauso gefährlich sei wie Russland. Doch diese Angstmacherei hat nicht funktioniert. **Agnieszka Łada-Konefał** analysiert Meinungsumfragen zu den polnisch-deutschen Beziehungen und beschreibt die Rolle der antideutschen Kampagne bei den Wahlen 2023.

Unmittelbar nach den Wahlen führte **Przemysław Sadura** eine soziologische Untersuchung über das **Wahlverhalten und die Wahlmotivation** sowie über die Wahrnehmung der wichtigsten Wahlkampfthemen durch. Seine Analyse dämpft die Begeisterung über einen Sieg über den Populismus in Polen. Er argumentiert, dass die PiS-Anhänger*innen ihre Partei nicht wirklich

verlassen haben und dass die demokratische Opposition in ihrer Kampagne selbst auf populistische Mittel zurückgegriffen hat, einschließlich der Vermittlung von einwanderungsfeindlichen Narrativen. Auch die außerordentliche Mobilisierung der Wähler*innen ist möglicherweise keine dauerhafte Veränderung in der polnischen Gesellschaft.

Ein Jahr vor den polnischen Wahlen im Jahr 2022 richteten sich alle Augen auf Ungarn. Zur Enttäuschung der liberalen Welt ging Viktor Orbán als Sieger hervor. **Polen und Ungarn** wurden oft in einen Topf mit „il-liberalen Demokratien“ geworfen, wobei Orbán und Kaczyński die Idealtypen der Rechtspopulist*innen verkörpern würden. **Ernst Hillebrand** analysiert die Wahlkämpfe in Ungarn 2022 und Polen 2023 und versucht zu erklären, warum die polnische Opposition das

geschafft hat, woran die ungarischen Oppositionskräfte gescheitert sind.

Die polnischen Parlamentswahlen waren ein Erfolg für die demokratischen Oppositionskräfte. Ihr Kampf als neue Regierung in Polen für die Wiederherstellung der Demokratie, der Unabhängigkeit der Justiz und der Rechtsstaatlichkeit hat begonnen. Ihre Aufgabe besteht auch darin, die polnische Demokratie widerstandsfähiger gegen die Gegner*innen der liberalen Demokratie und Populist*innen zu machen. Wir hoffen, dass wir mit diesem Essay-Band einen Einblick in ihre Strategie, ihren Wahlkampf und ihren Wahlerfolg in Polen 2023 geben können.

Warschau, 1. April 2024

Max Brändle und **Barbara Szelewa-Kropiwnicka**

DIE STIMME DER FRAUEN, DIE WAHL POLENS

Von **Małgorzata Kopka-Piątek**, *Institut für Öffentliche Angelegenheiten*

*Die Wahlnacht überraschte die Pol*innen nicht nur im Hinblick auf die Ergebnisse, sondern auch, oder vielleicht noch mehr, mit Blick auf die Wahlbeteiligung. Małgorzata Kopka-Piątek analysiert die ungleichen Wahlkampfbedingungen, die die Regierungspartei vor den Wahlen in einer Situation sehr starker Polarisierung geschaffen hat. Sie stellt fest, dass die PiS trotz dieser Vorteile nicht in der Lage war, die Wahlkampfthemen zu bestimmen und darüber hinaus den Kontakt zu den tatsächlichen Problemen und Erwartungen der Wähler*innen sowie den „Kampf um die Unentschlossenen“ verloren hat. Die Rechte der Frauen wurden zu einem der sichtbarsten Themen im Wahlkampf und gewannen noch mehr an Bedeutung, als zahlreiche Mobilisierungskampagnen von nichtstaatlichen Akteur*innen organisiert wurden. Diese Kampagnen erwiesen sich als erstaunlich erfolgreich und trugen schließlich erheblich zur Niederlage der PiS bei. Małgorzata Kopka-Piątek ist Direktorin des Programms für Europa- und Migrationspolitik und leitende Analystin am Institut für Öffentliche Angelegenheiten, Germanistin und Politikwissenschaftlerin. Seit 25 Jahren ist sie in verschiedenen Funktionen in europäischen und internationalen politischen Projekten tätig. Seit mehreren Jahren forscht sie über den sozialen und politischen Aktivismus von Frauen und feministische Außenpolitik. Małgorzata ist Mitbegründerin und Vorstandsvorsitzende des Vereins FemGlobal Women in International Politics.*

Die Wahlen zum polnischen Sejm und Senat am 15. Oktober 2023 werden aufgrund der Rekordbeteiligung von 74,4 Prozent der Wahlberechtigten in die Geschichte der polnischen Demokratie eingehen. Das sind fast zwölf Prozentpunkte mehr als die 62,7 Prozent bei den Wahlen 1989 und die 61,74 Prozent bei den Wahlen 2019. Bei vielen früheren Wahlen ging nur etwa die Hälfte der Wahlberechtigten an die Urnen. Forschende und Politiker*innen haben lange darüber nachgedacht, wie man die Wahlberechtigten zur Stimmabgabe ermutigen und damit die Legitimität der amtierenden Regierung steigern kann.

Scharfe Polarisierung vor den Wahlen

Die Einzigartigkeit der polnischen Parlamentswahlen 2023 wurde schon vor dem offiziellen Beginn des Wahlkampfs deutlich. Acht Jahre der Herrschaft durch die Zjednoczona Prawica [Vereinigte Rechte] mit der dominierenden Rolle der Prawo i Sprawiedliwość (PiS) [Recht und Gerechtigkeit] haben zu tiefgreifenden Veränderungen im staatlichen System geführt: in der Justiz und den öffentlichen Medien, in den Beziehungen zu ausländischen Partner*innen, insbesondere zu

wichtigen Ländern wie Deutschland, Frankreich und Israel, und in der Achtung der Rechte von gesellschaftlichen Gruppen wie Frauen und LGBT+-Personen. Hohe Inflationsraten, die zu den höchsten und am längsten anhaltenden in Europa gehören, und überhöhte Preise, vor allem bei grundlegenden Gütern wie Lebensmitteln, haben nicht nur die Ärmsten in Polen getroffen. Auch die Mittelschicht musste einen Rückgang der Lebensqualität hinnehmen, wie sie ihn seit der Wende nicht mehr erlebt hat. In der Wahrnehmung eines immer breiteren Spektrums gesellschaftlicher Gruppen haben diese Veränderungen eine Abkehr von der Vision eines pro-europäischen, modernen, sich wirtschaftlich entwickelnden Polens markiert. Die sich an der Macht befindende Regierung genoss eine beträchtliche Unterstützung – laut Umfragen in der Regel weit über 30 Prozent –, wobei ihre Wähler*innen die Politik der Sozialtransfers und des „Aufstehens von den Knien“ gegenüber Berlin und Brüssel unterstützten. Unterstützt wurde die Regierung auch von denjenigen, die von der weit verbreiteten Vergabe von Posten in der öffentlichen Verwaltung und in staatlichen Unternehmen profitierten, sowie von den Nutznießer*innen großzügiger staatlicher Subventionen für oft neu gegründete Stiftungen und Institutionen.

Eine weitere Amtszeit der PiS hätte die Vollendung des illiberalen Staatsumbaus und eine endgültige Hinwendung zum Osten bedeutet

Den Führer*innen sowohl des PiS- als auch des Anti-PiS-Lagers gelang es, den Eindruck zu erwecken, dass die bevorstehenden Parlamentswahlen über Polens zukünftiges Gesellschaftsmodell und seine langfristige Positionierung auf der internationalen Bühne entscheiden könnten. Die PiS warnte vor der Katastrophe, die sich aus der Rückkehr von Donald Tusk ergeben würde, der Verkörperung des Verrats und der Unterwürfigkeit der polnischen Elite gegenüber Brüssel und vor allem gegenüber Berlin. Seine Regierung würde die Herrschaft einer „linken Diktatur“ an der Weichsel bedeuten, die die Sexualität polnischer Kinder bedrohen und zu einem unkontrollierten Zustrom kulturell fremder Migrant*innen führen würde. Die Opposition zeigte sich ebenso überzeugt, dass eine weitere Amtszeit der PiS die Vollendung des illiberalen Staatsumbaus, eine noch härtere Politik gegenüber politischen Gegner*innen und eine endgültige Hinwendung zum Osten bedeuten würde.

Die politische Spaltung zwischen Anhänger*innen und Gegner*innen der PiS führte zu einer starken sozialen Polarisierung, die oft mit der Polarisierung der amerikanischen Gesellschaft verglichen wurde. Natürlich passten nicht alle Wählenden in dieses Schwarz-Weiß-Schema, aber es gab (und gibt) den Ton für die Debatte und die öffentliche Stimmung an. Wir werden auf die Rolle der Emotionen zurückkommen, nachdem wir die Form und den Inhalt der Kampagne skizziert haben.

Während des Wahlkampfes hat die Regierungspartei nicht gezögert, den gesamten Staatsapparat zu ihren Gunsten einzusetzen, wodurch für die Opposition ein sehr ungleiches politisches Spielfeld geschaffen wurde

Die PiS-Partei ist in ihrer Machtausübung wiederholt und zu Recht dafür kritisiert worden, dass sie die Partei mit dem Staat gleichsetzt, was ihre Kontrolle über staatliche Institutionen und Ressourcen, einschließlich finanzieller

Mittel, angeht. Während des Wahlkampfes zögerte die Regierungspartei nicht, den gesamten Staatsapparat zu ihren Gunsten einzusetzen, wodurch für die Opposition ein sehr ungleiches politisches Spielfeld geschaffen wurde. Die ehemals öffentlich-rechtlichen Medien, die privaten Medien, die von den Behörden großzügig gesponsert wurden und daher zu Gunsten der Regierung berichteten, die staatlichen Unternehmen mit ihren Geldern und Stiftungen sowie das Militär und andere staatliche Dienste wurden als Wahlkampfinstrumente eingesetzt.

Der PiS-Vorsitzende Jarosław Kaczyński hoffte, die Wahlbeteiligung seiner Anhänger*innen zu erhöhen, indem er für Juni 2023 ein Referendum ankündigte, das am selben Tag wie die Parlamentswahlen abgehalten werden sollte, um den bereits bestehenden Vorsprung auszubauen. Das Referendum war speziell darauf ausgerichtet, die eigenen Wähler*innen zu mobilisieren, indem es sich auf Fragen der Migration, des Schutzes staatlicher Unternehmen vor angeblicher ausländischer wirtschaftlicher Einflussnahme und des Rentenalters konzentrierte. Die Einführung der Migrationsfragen war ein überraschender Schritt, da die Bürger*innen in einer Eurobarometer-Umfrage vor den Wahlen sozioökonomische Themen wie die Inflation für wichtiger hielten als die Migration. Die Anregung dazu kam zum Teil von einem ähnlichen Vorgehen Viktor Orbáns in Ungarn. Die Strategie der Opposition, den Wähler*innen zu raten, sich nicht an dem Referendum zu beteiligen, erwies sich jedoch als erfolgreich, da letztlich die Mindestgültigkeitsschwelle einer Gesamtbeteiligungsquote von 50 Prozent mit 40 Prozent nicht erreicht worden ist.

*Die Vorwahlumfragen sagten bis zum Schluss keine klare Siegerin voraus, sondern wiesen auf eine große Gruppe von unentschlossenen Wähler*innen hin. Und um sie wurde bis zum letzten Moment am härtesten gekämpft*

Obwohl das Referendum scheiterte, trug es erheblich zur sozialen Polarisierung bei. Die Wähler*innen fühlten sich von der Politik entmutigt, was zu einer erhöhten Beteiligung an den Parlamentswahlen führte. Umfragen im Vorfeld der Wahlen sagten bis zum Schluss keine klare Siegerin voraus, sondern wiesen auf eine große

Gruppe unentschlossener Wähler*innen hin¹. Und um sie wurde bis zum letzten Moment am härtesten gekämpft. Die unentschlossenen Wähler*innen zögerten oft, ob sie wählen sollten und für welche Partei. Neben Entmutigung und dem Wunsch, von der polarisierten Politik wegzukommen, äußerten viele die Überzeugung, dass die demokratischen Oppositionsparteien keine echte Alternative böten.

Von Emotionen getriebene Wähler*innen

Umfragen nach den Wahlen zeigten, dass die Wähler*innen vor allem von Emotionen geleitet wurden, oft erst in der letzten Phase des Wahlkampfes². Dabei handelte es sich in erster Linie um negative Emotionen wie Wut, Frustration und Uneinigkeit. Die wirtschaftliche Lage, die Arroganz der Macht, die Missachtung der Rechte der Frauen – all das motivierte die Wähler*innen der Opposition. Die Stimmabgabe gegen die PiS-Partei war auch ein Protest gegen die Einschränkung der Freiheit, den Eingriff in die Privatsphäre und die Auferlegung eines Lebensstils durch die Machthabenden. Emotionale Distanz und Unzufriedenheit mit der PiS-Regierung waren letztlich stärker als das unbefriedigende Angebot der Oppositionsparteien. Vor allem für junge Wähler*innen hatte sich die PiS als unfähig erwiesen, auf die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts zu reagieren. Die Frustrationen stauten sich über viele Monate an, und die Enthüllung weiterer Korruptionsskandale wie des Visaskandals (Beamte verkauften polnische Visa in afrikanischen und asiatischen Ländern) kurz vor den Wahlen verstärkte den Wunsch nach Veränderung.

*Die wirtschaftliche Situation,
die Arroganz der Macht,
die Missachtung der Rechte
der Frauen – all das motivierte die
Wähler*innen der Opposition.*

Es waren jedoch nicht nur negative Gefühle, die die Wähler*innen beeinflussten. Ein starkes Gemeinschaftsgefühl und das Bewusstsein, dass viele Menschen ebenfalls in Umbruchsstimmung waren, waren ebenfalls mobilisierende Faktoren. Diese Gefühle wurden durch die von der Platforma Obywatelska (PO) [Bürgerplattform] organisierten Märsche unterstützt. Der erste fand im Juni 2023 statt, aber der bedeutendste Marsch, der größte in der Geschichte Polens, war der „Million-Hearts-March“ in Warschau zwei Wochen vor den Wahlen. Der Eindruck der Einzigartigkeit dieser Wahlen wurde durch Signale einer großen Mobilisierung bei den im Ausland lebenden Pol*innen verstärkt, die infolgedessen eine Rekordzahl an Berechtigungen für die Wahl aus dem Ausland beantragten. Am Wahltag selbst konnte man sie mit eigenen Augen oder in Fernsehberichten in langen Schlangen vor den Wahllokalen sehen.

Dieses Gemeinschaftsgefühl kam vor allem bei den Frauen gut an. Es erinnerte an den Slogan der Frauenstreiks: „Du wirst niemals allein gehen“. Im Geiste der Gemeinschaft versammelten sich 2021 vielerorts Demonstrierende, vor allem Frauen, in Massen, nachdem ein Urteil des Verfassungsgerichts das bereits strenge Abtreibungsgesetz noch weiter verschärft hatte. Die Wählerinnen spürten, dass sie mit ihrem Unmut über die derzeitige Regierung nicht allein waren. Nach Massenprotesten in kleinen und großen polnischen Städten wurden ihre Stimmen jedoch weiter nicht gehört. Stattdessen erfuhr die Öffentlichkeit von einem weiteren Todesfall einer schwangeren Frau, deren Ärzt*innen aus Angst vor den extrem restriktiven Abtreibungsgesetzen keine rechtzeitige medizinische Hilfe leisteten. Für die Teilnehmenden der Demonstrationen war dies die erste Gelegenheit nach 2021, ihren Widerstand gegen eine solche Behandlung von Frauen auch durch ihre Stimmabgabe zum Ausdruck zu bringen.

Kampf um die Unentschlossenen

Die langen Schlangen vor den Wahllokalen könnten auch auf die noch nie dagewesene Anzahl von Wahlbeteiligungs-Kampagnen zurückzuführen sein. Organisationen der Zivilgesellschaft haben in den letzten acht Jahren unzählige Protestaktionen, Demonstrationen, Proklamationen und Online-Petitionen organisiert. Angesichts der Einzigartigkeit der Wahlen und der großen Zahl unentschlossener Wähler*innen unternahmen viele Organisationen und Initiativen eine weitere

1 Bendyk E., Jaworska-Surma A., *Niezdecydowani w dniu wyborów*, Stefan-Batory-Stiftung.

2 Jaworska-Surma A., (Zusammenarbeit mit Bendyk E., Gutkowski S.), *Fenomen wyborczej mobilizacji Przyczyny rekordowej frekwencji podczas wyborów parlamentarnych 2023 – wnioski z badań*, Stefan-Batory-Stiftung.

Anstrengung und engagierten sich in Kampagnen zur Steigerung der Wahlbeteiligung. In einem Bericht der Stefan-Batory-Stiftung wurden bis zu 27 solcher Kampagnen gezählt³.

**Der Hashtag „Geh zur
Wahlurne“ wurde etwa 3,75
Milliarden Mal verwendet**

Die Mobilisierungskampagnen wurden hauptsächlich im Internet, in den sozialen Medien und in Form von Online-Anzeigen durchgeführt, einige wenige Spots wurden auch im Radio und Fernsehen ausgestrahlt. Die Kampagnen forderten die Menschen auf, an den Wahlen teilzunehmen und erklärten, wie man das von den Behörden angeordnete Referendum vermeiden kann. Einige richteten sich an Frauen und junge Menschen, einige speziell an junge Frauen, die meisten jedoch an die allgemeine Wählerschaft. Jede*r konnte einen Inhalt, eine Form und eine Botschaft finden, die ihrem bzw. seinem Geschmack entsprachen und ihre bzw. seine Gefühle und Motivationen ansprachen. Einige der bekanntesten Kampagnen sind „Schlafe nicht oder du wirst überhört“, „Frauen und Mädchen zu den Wahlurnen“; „Wir waren still. Wir sind diejenigen, die 52% der Stimmen haben“. Die Reichweite dieser Kampagnen lässt sich anhand einer Zahl belegen: Der Hashtag „Geh zur Wahlurne“ wurde rund 3,75 Milliarden Mal verwendet. Fast zwei Drittel der Befragten gab in Umfragen nach den Wahlen an, dass die Kampagnen für die Wahlbeteiligung zu ihrer Entscheidung beigetragen haben, an den Wahlen teilzunehmen. Diejenigen, die von den Wahlbeteiligungs-Kampagnen beeinflusst wurden, waren mit größerer Wahrscheinlichkeit junge Menschen, hatten einen Hochschulabschluss und lebten in Städten mit mehr als 200.000 Einwohner*innen.

Zusätzlich zu diesen organisierten Kampagnen waren viele Menschen, vor allem Anhänger*innen der Opposition, zunehmend auf ihren individuellen Social-Media-Konten aktiv. Sie teilten offizielle Botschaften von Wahlleiter*innen und -ausschüssen und riefen in eigenen Beiträgen zur Teilnahme an den Wahlen auf. Informationen über Korruption in der Regierung, Skandale und andere Fakten, die in den regierungsnahen

öffentlichen oder privaten Medien nicht zu finden waren, wurden weit verbreitet.

Die hohe Wahlbeteiligung der Frauen hatte mehrere entscheidende Faktoren. Die Bedeutung der Frauen als Wahlsubjekte im Jahr 2023 wurde durch den Rekordanteil von 43,8 Prozent weiblicher Kandidatinnen auf den Wahllisten deutlich. Bei keiner Wahl zuvor standen so viele Politikerinnen an der Spitze der Wahllisten – 24,9 Prozent⁴. Jede Partei verwies in ihrem Wahlkampf auf die Rechte der Frauen und ihre Teilhabe am öffentlichen Leben, selbst bei ultrakonservativen Parteien wie der Konfederacja [Konföderation], die sich normalerweise nicht mit den Problemen dieser Gruppe befassen.

Frauenthemen in den Wahlkampagnen

Die Nowa Lewica (NL) [Neue Linke] legte das umfassendste Programm zu Frauenfragen vor, das sich nicht nur mit reproduktiven Rechten befasste, sondern auch Forderungen nach spezifischen Lösungen in Bezug auf den Arbeitsmarkt, die Familienpolitik, die Bekämpfung von Gewalt und die stärkere Beteiligung von Frauen an der Wissenschaft stellte. Es war auch die erste Partei, die im Juni 2023 einen Wahlkongress ausschließlich zu Frauenrechten abhielt.

Auch die PO sensibilisierte ihre Wählerschaft und Aktivist*innen für diese Themen. Dies galt insbesondere für die Forderung nach der Legalisierung der Abtreibung bis zur zwölften Schwangerschaftswoche. Das umfassendere Programm war jedoch nicht so gründlich wie das der NL und enthielt hauptsächlich familienfreundliche Lösungen und keine spezifischen Forderungen im Zusammenhang mit geschlechtsspezifischer Gewalt. Donald Tusk betonte jedoch in fast jeder öffentlichen Rede überzeugend, dass die Rechte der Frauen ein zentrales Thema für seine künftige Regierung sein würden.

Das Wahlbündnis Trzecia Droga (TD) [Dritter Weg], das eine weniger liberale Weltanschauung vertritt – insbesondere in Bezug auf das Abtreibungsgesetz – befasste sich auch mit reproduktiven Rechten wie dem Zugang zur In-vitro-Fertilisation (IVF) und gynäkologischer

³ Jaworska-Surma A., (Zusammenarbeit mit Bendyk E., Gutkowski S.), *Fenomen wyborczej mobilizacji Przyczyny rekordowej frekwencji podczas wyborów parlamentarnych 2023 – wnioski z badań*, Stefan-Batory-Stiftung.

⁴ Druciarek M., Nizyńska A., Przybysz I., *Kampania wyborcza 2023 z perspektywy równości płci: prawa kobiet w dyskursie medialnym i programach komitetów wyborczych*, Institute of Public Affairs.

Versorgung. In seinem Programm wurden neue Bereiche angesprochen, die für Frauen in Polen von Bedeutung sind, wie die Situation von Frauen in ländlichen Gebieten, das Lohngefälle und die professionelle Unterstützung für Opfer sexueller Gewalt.

*Dank der hohen Wahlbeteiligung
von unentschlossenen Wähler*innen,
Frauen und jungen Menschen hat die
Opposition die Parlamentswahlen
2023 gewonnen*

Unter dem Druck der Opposition musste die PiS auch das Thema Frauenrechte aufgreifen. Traditionell geht die PiS in ihren Darstellungen auf die Forderungen von Frauen ein, die Mütter sind und präsentiert daher hauptsächlich die familienpolitischen Errungenschaften der eigenen Regierung. Im Wahlkampf 2023 kam es jedoch viel häufiger zu Desavouierungen von Feministinnen und Frauen, die für Abtreibungsrechte kämpfen. Elżbieta Witek, die Parlamentspräsidentin, wurde zum Hauptgesicht dieser Erzählung über „vulgäre, aggressive Frauen, die auf die Straße gehen und Kinder verderben“.

Die Politikerinnen der Konfederacja haben die Bedeutung der weiblichen Wählerschaft aufgegriffen, wenn auch erst auf der Zielgeraden des Wahlkampfes. Die Partei hatte in ihrem Programm kaum Frauen erwähnt, aber die Konfederacja-Kandidatinnen traten auf dem Wahlkongress auf und ermutigten andere Frauen, die Partei zu wählen.

Dank der hohen Wahlbeteiligung von unentschlossenen Wähler*innen, Frauen und jungen Menschen hat die Opposition die Parlamentswahlen 2023 gewonnen. Aufgrund der programmatischen Unterschiede der Regierungskoalition wird die Umsetzung der Forderungen dieser Gruppen nicht einfach sein. Reproduktive Rechte waren fast das wichtigste Wahlkampfthema, aber die Koalitionspartner sind sich uneins über den Umfang der Gesetze zur Legalisierung von Abtreibungen. Das Gleiche gilt für Lösungen zu Themen, die für junge Menschen wichtig sind, wie beispielsweise dem Zugang zu bezahlbarem Wohnraum. Die Regierenden werden jedoch bei den bevorstehenden Kommunalwahlen im April und den Wahlen zum Europäischen Parlament im Juni einen Weg finden müssen, dies zu erreichen. Es wird nicht einfach sein, den Rekord bei der Wahlbeteiligung zu wiederholen, aber es ist nicht unmöglich.

BEOBACHTUNGEN ZUR „NOWA LEWICA“ – WAHLKAMPAGNE

Von **Bartosz Machalica**, Historiker und Politikwissenschaftler, Nowa Lewica, Ignacy Daszyński Zentrum

*Ziel der polnischen Sozialdemokrat*innen war es, mindestens so viele Stimmen wie bei früheren Wahlen zu gewinnen. Bartosz Machalica, der selbst an den Kampagnen beteiligt war, erzählt, wie die Kampagne geplant und durchgeführt wurde. Nowa Lewica hat gelernt, dass der Schlüssel zum Erfolg darin lag, bestimmte soziale Gruppen anzusprechen, die potenzielle Wählergruppen darstellten. Dies waren vor allem junge Frauen, die von den Angriffen der PiS-Regierung auf die Rechte der Frauen enttäuscht waren. Die Hauptkonkurrentin war die rechtsextreme Konfederacja – ein natürliches Ziel für eine progressive Partei, die sich für Menschenrechte und die soziale Seite des Kapitalismus einsetzt. Entscheidend war die Teilnahme am „Million-Hearts-March“, bei dem die von den Sozialdemokrat*innen verkündeten Werte deutlich zum Ausdruck kamen und in der Öffentlichkeit auf positive Resonanz stießen. Auch die Tatsache, dass neben den männlichen Parteivorsitzenden auch Frauen in Führungspositionen als Gesichter der Kampagne auftraten, war entscheidend. Obwohl die Nowa Lewica am Ende im Vergleich zu früheren Wahlen Sitze im Parlament verloren hat, wurde die Partei Mitglied der Regierungskoalition und erhielt damit zum ersten Mal seit 18 Jahren die Möglichkeit, ihre Wahlversprechen einzulösen. Bartosz Machalica ist Historiker und Politikwissenschaftler und Berater des Vorsitzenden der Nowa Lewica, Włodzimierz Czarzasty.*

Die polnische sozialdemokratische Partei Nowa Lewica (NL) [Neue Linke] ist mit einer Unterstützung von 8,4 Prozent in das Wahljahr 2023 gestartet.¹ Zu Beginn des Jahres beschloss der Nationalrat der NL, dass ihr Ko-Vorsitzender, Włodzimierz Czarzasty, den Wahlstab leiten wird. Die statutarischen Organe der NL und der Razem beschlossen, dass die Kandidat*innen der Razem bei den Parlamentswahlen auf den Listen der NL kandidieren werden. Die Polska Partia Socjalistyczna [Polnische Sozialistische Partei] und Unia Pracy [Arbeitsunion] beschlossen ebenfalls, ihre Kandidat*innen auf den NL-Listen aufzustellen. Dies bedeutete, dass alle linken Kreise in Polen ihre Kandidat*innen auf der NL-Liste aufstellten. Journalist*innen spekulierten in dieser Zeit, dass alle demokratischen Oppositionsparteien auf einer einzigen Liste kandidieren könnten, um eine gemeinsame Front gegen die amtierende Regierung von Prawo i Sprawiedliwość (PiS) [Recht und Gerechtigkeit] zu bilden, doch dazu kam es letztlich nicht. Stattdessen wurde beschlossen, den „Senatspakt“ für die gleichzeitig stattfindenden Wahlen zur zweiten Kammer, dem Senat, fortzusetzen. Nur für diese Wahlen einigten sich alle demokratischen Oppositionsparteien und lokalen Regierungsvertreter*innen auf gemeinsame Kandidierende in allen 100 Einzelmandatswahlkreisen.

Segmentierung und Wählerprofile

In den ersten Monaten des Jahres 2023 beauftragte das Wahlkampfteam das Institut für Sozial- und Marktforschung (IBRIS) mit einer sozialwissenschaftlichen Studie zu potenziellen Wählergruppen. Im ersten Quartal 2023 führte IBRIS daher eine Umfrage bei einer gezielten Stichprobe von mehreren Tausend Befragten durch, die die Wahl der Linken im Jahr 2023 nicht ausschlossen. Im Rahmen der Umfrage, bei der der Shalom Schwartz Portrait Values Questionnaire (PVQ) verwendet wurde, wurden Fragen zur Akzeptanz der wichtigsten Vorschläge der Linken gestellt. Eine Reihe verwandter Fragen wurde verwendet, um die potenzielle Wählerschaft der Linken zu segmentieren, an die die Linke ihre Botschaft während des Wahlkampfes richten sollte.

*Progressive Reformer*innen,
Liberale Individualist*innen
und Feminist*innen*

Am Ende wurden neben der linken Kernwählerschaft fünf weitere Segmente ermittelt. Die linke Kernwählerschaft bezieht sich auf Wähler*innen, die 2019 für die Linke gestimmt und erklärt haben, 2023 wieder für sie zu stimmen. Die anderen fünf Segmente, die

¹ Durchschnitt Januar 2023, berechnet vom Portal ewyborcy.eu.

als potenzielle Wähler*innen der Linken identifiziert wurden, sind „progressive Reformer*innen“, „Liberaler Individualist*innen“, „Feminist*innen“, „Sozialkonservative“ und „Konservative Abweichler*innen“. Die beiden letztgenannten Segmente – die „Sozialkonservativen“ und die „Konservativen Abweichler*innen“ – wurden in der Folge gemäß der Empfehlung der Expert*innen von IBRiS aus der Zielgruppe der Botschaften ausgeschlossen. Bei beiden Gruppen wurde davon ausgegangen, dass sie eine konservative Weltanschauung haben, die in Opposition zur linken Agenda steht, und die „Konservativen Abweichler*innen“ schienen in vielen Fragen keine eindeutigen oder sogar widersprüchliche Ansichten zu vertreten, was eine wirksame Ausrichtung der politischen Kommunikation auf diese Gruppe schwierig machen würde.

Den verbleibenden drei Segmenten – den „Progressiven Reformer*innen“, den „Liberalen Individualist*innen“ und den „Feminist*innen“ – wurde indes ein hohes Potenzial für eine Stimmabgabe für die Linke zugeschrieben. Wie die linke Kernwählerschaft zeichneten sich diese Gruppen durch ihre linke Weltanschauung aus, einschließlich der Zustimmung zur Einschränkung der Privilegien der katholischen Kirche sowie ihrer Beteiligung am öffentlichen Leben, der Unterstützung der Gleichstellung der Geschlechter und fortschrittlicher Positionen zu Fragen der körperlichen Selbstbestimmung wie der Legalisierung der Abtreibung und der Kostenerstattung für Verhütungsmittel und Dienstleistungen der künstlichen Befruchtung. Die Wähler*innen aus diesen Segmenten vertraten jedoch sehr viel unterschiedlichere Ansichten zu anderen staatlichen Maßnahmen wie Einwanderung, dem „Kindergeld 500+“, Klimaschutzmaßnahmen, dem Steuersystem, der Rentenreform und außenpolitischen Fragen wie der Einstellung zur EU und der Rolle Deutschlands in der EU.

Jedes Segment hatte ein ausgeprägtes soziodemografisches Profil. Die „Progressiven Reformer*innen“ waren tendenziell älter (40% der Befragten waren zwischen 50 und 69 Jahre alt, jede*r Dritte war im Ruhestand), verfügten über ein höheres Bildungsniveau, wohnten in der Regel in Großstädten und hatten aufgrund des höheren Alters der Gruppe meist keine kleinen Kinder. Die „Liberalen Individualist*innen“ wohnten ebenfalls in Großstädten und hatten keine Kinder, waren aber insgesamt jünger als die „Progressiven Reformer*innen“. Fast 80 Prozent der „Feminist*innen“ waren Frauen, meist unter 40 Jahre alt, aber im Gegensatz zu den

anderen Segmenten wohnten viele von ihnen in mittelgroßen und kleineren Städten und hatten Kinder im Schulalter.

Anti-Abtreibungsgesetz und patriarchalischer Diskurs drängten Frauen nach links

Die drei Segmente unterschieden sich auch in ihren erklärten Werten. Die „Progressiven Reformer*innen“ waren in ihrer Weltanschauung den Wähler*innen der linken Kernwählerschaft am nächsten. Diese Kernwählerschaft war etwa zur Hälfte nicht religiös, bei den „Progressiven Reformer*innen“ war dieser Anteil etwas geringer. Beide Gruppen betrachteten soziale Gerechtigkeit, Chancengleichheit für alle, Offenheit gegenüber Menschen, auch gegenüber Andersgläubigen, und die Sorge um die Umwelt als wichtige Werte. Die starke Unterstützung von Meinungsfreiheit und Demokratie sowie der Kontakt mit Kultur und Kunst waren weitere identifizierte Werte. „Liberaler Individualist*innen“ befürworteten den Wohlfahrtsstaat und seine Vorteile, unterstützen jedoch nicht in vollem Umfang die Umverteilung von Ressourcen zur Verringerung der sozialen Ungleichheit, sondern bevorzugten einen unternehmerischen Ansatz. Die „Liberalen Individualist*innen“ zeigten ein relativ hohes Maß an sozialer Konformität und wenig Bereitschaft, persönliche Opfer zu bringen, zum Beispiel in Bezug auf Klimagerechtigkeit. Die „Feminist*innen“ wurden durch das Anti-Abtreibungsgesetz und den patriarchalen Diskurs der PiS und der Partei auf die linke Seite gedrängt. Bei den „Feminist*innen“ handelte es sich jedoch nicht um Radikale, sondern um Frauen, die in einem System leben wollen, das ihnen ein selbstbestimmtes Leben und die Verwirklichung ihrer Ambitionen ermöglicht, ohne dass sie auf die Rolle der Mutter und Ehefrau reduziert werden. Diese Gruppe zeichnete sich durch ein hohes Maß an Besorgnis sowohl über die physische Sicherheit (Polens Militär, Abneigung gegen Einwandernde) als auch über die soziale Sicherheit (Rente, Gesundheitsversorgung) aus.

Gesichter der wichtigsten Kampagnenbotschaften

Nach der Segmentierung wurden Dutzende von Fokusgruppeninterviews durchgeführt, um die geeignete

Kampagnenbotschaft zu verfeinern und die Führungspersönlichkeiten auszuwählen, die die Werte der Wählerschaft und die Vorteile, die die Wählerschaft durch die Umsetzung des Programms der Linken erhalten würde, am besten vermitteln konnten. Am Ende wählte der Stab sechs Führungspersönlichkeiten aus, die die Wahlkampfbotschaft vermitteln sollten. Im Jahr 2019 leiteten drei Führungspersönlichkeiten aus jeder Partei der vereinigten Linken die Kampagne: Robert Biedroń (Wiosna [Frühling]), Włodzimierz Czarzasty (Sojusz Lewicy Demokratycznej [SLD [Bund der demokratischen Linken]]), und Adrian Zandberg (Razem [Gemeinsam]). Für den Wahlkampf 2023 wurden drei Frauen in diese Gruppe aufgenommen: Magdalena Biejat (Razem), Agnieszka Dziemianowicz-Bąk (NL, SLD-Fraktion), Joanna Scheuring-Wielgus (NL, Wiosna-Fraktion). Agnieszka Dziemianowicz-Bąk wurde während des Wahlkampfes bei ausgewählten Wahlveranstaltungen durch Anna-Maria Żukowska (NL, SLD-Fraktion) ersetzt. Dieser Wechsel war auf die starke Präsenz von Frauen in der Wählerschaft der Linken zurückzuführen, die besonders nach den Protesten von Frauen nach der Verschärfung der Anti-Abtreibungsgesetze in Polen durch die Klage des Verfassungsgerichts im Oktober 2020 politisiert wurden.

Aufstellung der Kernthemen der Kampagne

Die Wahlkampagne der Linken stützte sich auf sechs Prioritäten, Programme und Kommunikationsschwerpunkte: öffentliche Dienstleistungen, der Bau von 300.000 preiswerten Mietwohnungen, Arbeit, Frauenrechte, Seniorenpolitik und Renten sowie ein säkularer Staat.

Polarisierung durch die rechtsextreme polnische Partei Konfederacja

Die Kritik an der polnischen rechtsextremen Partei Konfederacja [Konföderation] war Ende August und im September ebenfalls ein wichtiges Element in der Kampagne der Linken. Während der Ferienzeit verzeichnete die rechtsextreme Partei eine durchschnittliche Unterstützung von 12,5 Prozent (in einzelnen Umfragen lag diese Zahl höher) und sicherte sich den dritten Platz auf dem Wahlpodium, was wahrscheinlich zu einer parlamentarischen Mehrheit für PiS und Konfederacja

geführt hätte. Die Daten der Fokusgruppen zeigten, dass viele insbesondere weibliche Wählerinnen der Linken vor diesem Szenario erschrocken waren, was die Wahlhelfer*innen dazu veranlasste, die Polarisierung in Anbetracht eines möglichen Wahlerfolgs der Konfederacja zu verstärken. Die Grundbotschaft der Linken lässt sich wie folgt zusammenfassen: Bei dieser Wahl streben wir einen Sieg an – einen Sieg gegen die PiS, für eine neue Regierung. Schon heute ist klar, dass der wirkliche Sieg, d.h. wer die Regierungsmehrheit bilden wird, davon abhängt, wer auf dem Podium steht. Nur die Linke ist eine Kraft, die eine echte Chance hat, die Konfederacja zu schlagen und auf dieses Podium zu kommen. Die Rivalität zwischen der Linken und der Konfederacja war ein Wettbewerb für die jüngere Generation der polnischen Frauen und Männer. Die Bastion der Linken waren die jungen Frauen, die der Konfederacja die jungen Männer. Die Linke erhielt schließlich mehr Stimmen als die Konfederacja.

Die Dynamik des „Million-Hearts-March“

Während des Wahlkampfes stellte die Linke ihre programmatischen Schwerpunkte auf Wahlveranstaltungen vor. Eingeläutet und beendet wurde der Wahlkampf mit je einem großen Wahlkonvent. An anderen Wochenenden fanden kleinere thematische Kongresse statt, auf denen das Wahlprogramm und die sechs Schwerpunkte vorgestellt wurden. In Wien hielt die Linke einen eigenen Kongress ab und präsentierte ihren Plan zum Bau von 300.000 preisgünstigen Mietwohnungen, der auf den Erfahrungen des Wiener Wohnbauprogramms basierte. Nach dem Erfolg des Marsches vom 4. Juni, der der Kampagne der Plattform Obywatelska (PO) [Bürgerplattform] Aufschwung gab, beteiligte sich die Linke am 1. Oktober in Warschau am „Million-Hearts-March“. Auf dem Oktobermarsch hielten die NL-Vorsitzenden Robert Biedroń und Włodzimierz Czarzasty viel beachtete Reden. Vor allem die Rede von Włodzimierz Czarzasty erreichte eine Rekordreichweite in den sozialen Medien.

Nach dem Marsch stieg der Anteil der Linken in den Umfragen, was mit einem Rückgang der Umfragewerte für den Trzecia Droga (TD) [Dritter Weg] – eine Koalition aus der Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL) [Polnische Bauernpartei] und Szymon Hołownias Polska 2050 [Polen 2050] – einherging. Einige Umfragen zeigten zu diesem Zeitpunkt sogar, dass der TD die 8-Prozent-Hürde

für Koalitionen nicht erreichte. Bei der Umrechnung der Umfrageergebnisse in Sitze würde das Nichterreichen der Wahlhürde durch den TD dazu führen, dass die PiS die Mehrheit der Sitze im Sejm gewinnen und die Herrschaft von Jarosław Kaczyński fortgesetzt werden würde. Medien, die mit der Opposition sympathisieren, erhöhten daraufhin die Aufmerksamkeit für den TD. Szymon Hołownia schnitt in der von TVP organisierten Debatte gut ab, ebenso wie die Vertreterin der Linken Joanna Scheuring-Wielgus. In den letzten Tagen des Wahlkampfes war Donald Tusks positive Bemerkung zu Oppositionswähler*innen, die für den TD stimmten, entscheidend. Der ehemalige Präsident Aleksander Kwaśniewski, eine bleibende Autorität für die linke Wählerschaft, äußerte sich ähnlich.

Die Rückkehr der Linken in die Regierung nach 18 Jahren

Die Wahlergebnisse spiegeln diese Faktoren wider, ebenso wie die Rekordwahlbeteiligung von 74 Prozent. Die Linke errang 26 Sitze im Parlament und neun im Senat, was es ihr ermöglichte, in die Regierung

einzutreten und zum ersten Mal seit 18 Jahren Regierungsverantwortung zu übernehmen. Es wurde ein Koalitionsvertrag unterzeichnet, der die meisten Programmvorschlüsse der Linken enthielt. Krzysztof Gawkowski wurde stellvertretender Ministerpräsident und Minister für Digitalisierung, Agnieszka Dziemianowicz-Bąk Ministerin für Familie, Arbeit und Sozialpolitik, Dariusz Wiczorek Minister für Wissenschaft und Katarzyna Kotula die erste Gleichstellungsministerin Polens. Die Partei Razem, die zusammen mit der Nowa Lewica, der Unia Pracy und der Polska Partia Socjalistyczna den Parlamentarischen Klub der Linken bildet, ist aufgrund eines Beschlusses des Nationalrats der Partei nicht in die Regierung eingetreten.

Als Grund wurde das Fehlen von Finanzierungsgarantien für linke Programme in der Koalitionsvereinbarung angegeben, aber es sollte betont werden, dass der Text der Vereinbarung allgemein keinerlei Bestimmungen über die Finanzierung der Forderungen der Koalitionsparteien enthält. Bei der Vertrauensabstimmung am 13. Dezember 2023 stimmten alle Mitglieder des Parlamentarischen Klubs für die Regierung von Donald Tusk, eine Koalition aus PO, PSL, Polen 2050 und der Linken.

DIE WERTE DER LINKEN

Von **Karolina Ziolo-Puzuk**, Kardinal Stefan Wyszyński Universität, Nowa Lewica, Ignacy Daszyński Zentrum

*Dieser Beitrag ist eine Analyse der in den Wahlkampflogans der sozialdemokratischen Kandidat*innen vertretenen Werte. Der vom Wahlausschuss der Nowa Lewica geprägte Slogan, der die nationale Kampagne begleiten sollte, bezog sich auf das Herz und damit auf Emotionen. Die einzelnen Kandidat*innen fügten diesem einen modernen Patriotismus hinzu, indem sie am häufigsten über Polen sprachen, aber auch die lokale Identität betonten und sich auf die Zukunft, Gleichheit, Jugend, Frauen und Pflege konzentrierten. Karolina Ziolo-Puzuk ist Forscherin und Dozentin für Linguistik an der Kardinal-Stefan-Wyszyński-Universität in Warschau und engagiert sich politisch in der Nowa Lewica.*

Während des Wahlkampfes für die Parlamentswahlen 2023 verwendete das Wahlkomitee der Nowa Lewica [Neue Linke] den Slogan „Mein ♥ trage ich links“, in Anlehnung an das bekannte Sprichwort, das die linken Sympathien einer Rednerin bzw. eines Redners zum Ausdruck bringt und gleichzeitig impliziert, dass es bei den aktuellen Parlamentswahlen mehr um Werte oder das Herz als um Rationalität geht. Zusätzlich zu diesem Hauptslogan verwendeten die Kandidat*innen individuelle Slogans auf ihren Materialien (z. B. auf Flugblättern, Plakaten, Bannern oder in Posts in den sozialen Medien), um sich von anderen Kandidat*innen zu unterscheiden und ihre Identifikation mit den Werten der polnischen Linken zu zeigen. In diesem Aufsatz werden 107 Slogans von Nowa Lewica-Kandidat*innen aus ganz Polen analysiert.

Trends bei den Wahlslogans

Form, Inhalt und Zweck von Wahlslogans haben sich in den letzten dreißig Jahren erheblich verändert. Bei den ersten Wahlen im Jahr 1989 stützten sich die Slogans stark auf Reime, Aphorismen, rhetorische Fragen und andere mnemotechnische Mittel, um die Wähler*innen zu überraschen und einprägsam zu sein. Mit der Zeit wurden die Slogans immer programmatischer und ideologischer, während die Bedeutung interessanter Formen abnahm. Heutige Wahlslogans bestehen überwiegend aus durchschnittlich drei Wörtern und sind in der Regel einzelne Sätze oder Satzäquivalente. Im Jahr 2023 verwendeten nur 10 der 107 analysierten Slogans ein sprachliches Wortspiel oder einen Witz, der auf dem Namen einer bzw. eines Kandidierenden basierte. Aber

auch diese Slogans enthielten programmatische oder ideologische Untertöne. Einige Beispiele aus dem Wahlkampf sind: „BO CHodzi o Polska“ („Weil es um Polen geht“, der Nachname des Kandidaten ist Boch); „Kulaga Pomaga“ („Kulaga hilft“, Kulaga ist der Nachname des Kandidaten); „Pędem po Polskę Naszych Marzeń“ („Ich laufe für das Polen unserer Träume“, der Slogan von Dorota Pędziwiatr – Pędziwiatr bedeutet in etwa „schneller Läufer“); „Zmiełę wasze Problemy“ („Ich werde Ihre Probleme zermahlen“, der Slogan von Emilia Młynek-Bartkowska – der Nachname Młynek bedeutet „Mühle“). Ein besonders bemerkenswerter Slogan stammt vom schlesischen Kandidaten Michał Gęsiarz („Gänsehirt“), der mit einem bekannten Zitat aus der Renaissance-Literatur für sich warb. Der Slogan „Schlesier sind keine Gänse, sie haben ihre eigene Sprache“ bezieht sich auf die Maxime von Mikolaj Rey „Polen sind keine Gänse, sie haben ihre eigene Sprache“ und spielt auf den Nachnamen des Kandidaten an. Dieser Slogan ist nicht nur ein starkes Bekenntnis zur schlesischen Identität und Besonderheit, sondern ist auch der einzige analysierte Slogan, der Elemente einer anderen Sprache als Polnisch, in diesem Fall Schlesisch, verwendet.

Jacek Dehnel, ein prominenter polnischer Schriftsteller, der in Warschau lebt, bezog sich in seinem Slogan „Let’s Go Medieval on This Reality“ auf die Popkultur, und ein anderer Slogan „We Demand All Life“ erinnert an die Erklärung der jungen Schriftstellerin Zofia Nałkowska von 1907 auf dem Kongress der polnischen Frauen. Dieser Slogan, der gleiche Rechte und Chancen eher fordert als wünscht, tauchte zum ersten Mal während der Abtreibungsproteste auf und zieht eine klare Trennlinie zwischen dem historischen und dem modernen

Abbildung 1:

Die Abbildung zeigt die Häufigkeit der Schlüsselwörter aus der Korpusanalyse (corpusomat.pl)



polnischen Feminismus. Er stellt auch eine Diagnose der Situation der polnischen Frauen und der mangelnden Achtung ihrer Rechte dar, die durch die Verschärfung des bereits restriktiven Abtreibungsgesetzes in den letzten Jahren verdeutlicht wird. Linke Aktivist*innen im Jahr 2023 wünschen sich nicht nur, sondern fordern nachdrücklich und unmissverständlich alles Leben.

Eine Analyse der Konzepte und Werte

Eine Korpus- oder Häufigkeitsanalyse der Slogans zeigt, welche Konzepte und Werte von den Kandidat*innen und der linken Wählerschaft als zentral angesehen wurden. Die Wörter, die in den analysierten Slogans am häufigsten auftauchten und somit auf die zentralsten Werte für die Kandidat*innen hinweisen, waren „Polen“ (11 Slogans), „Jugend“ (9 Slogans), „Zukunft“ (8 Slogans) sowie „Menschlichkeit“, „Gleichheit“ und „Frau“ (jeweils in 6 Slogans). Eine der Säulen der Linken, der säkulare Staat, kommt nur in zwei Slogans vor: „Der säkulare Staat“, „Säkulares, grünes, gleiches Polen“. Dieser zweite Slogan ist der einzige, in dem die Umwelt in irgendeiner Form vorkommt. Die häufigsten Wortpaare sind die Adjektiv-Nomen-Phrasen „junger Kandidat“ (4 Slogans), „Chancengleichheit“ (2 Slogans), „dein Nachbar“ (2 Slogans) und „deine Stimme“ (2 Slogans).

Aus den analysierten Slogans geht hervor, dass „Polen“ und „Jugend“ (zusammen mit damit verbundenen Eigenschaften, die in den Slogans der Kandidat*innen genannt werden, wie Energie, Handlungsbereitschaft, Zukunftsdenken, Fortschritt) die zentralen Werte der

linken Kandidierenden sind. Die Idee von „Polen“ wird häufig mit Vorstellungen von Gemeinschaft, gemeinsamem Handeln und Freiheit verbunden. Dies wird beispielsweise durch die folgenden Slogans verdeutlicht: „Gemeinsam für ein besseres Polen“, „Gemeinsam für die Zukunft“, „Gemeinsam werden wir Polen verändern“. Zu den Slogans, die die „Jugend“ symbolisieren, gehören: „Energie und Effizienz“, „Junge Sichtweise“, „Jugend in die Politik“, „Gleichheit, Jugend, Würde“. Viele Slogans betonten sowohl die Jugend als auch die Gemeinschaft: „Gemeinsam verändern wir Polen“, „In Polen investieren, in die Jugend investieren“, „Gemeinsam verjüngen wir den Sejm“. Dies zeigt, dass der linke Patriotismus mit Gemeinschaft, Gleichheit und Freiheit identifiziert wird, aber auch die Zukunft und die Jugend in den Mittelpunkt stellt. Die Slogans der Kandidat*innen von 2023 konzentrieren sich nicht auf die Vergangenheit und die Errungenschaften der Linken nach 1989. Auch fehlen Verweise auf Behörden oder Parteifiguren, die die Glaubwürdigkeit einer bzw. eines Kandidierenden stärken könnten; es scheint, dass die Kandidat*innen aus eigener Kraft und ohne zusätzliche Unterstützung antreten wollten. Bei den Slogans handelte es sich häufig um einfache Beschreibungen der bzw. des Kandidierenden, in denen Eigenschaften wie Aktivität und Fleiß hervorgehoben wurden: „Der aktivste Abgeordnete von Podlasie“, „Der aktivste und fleißigste Abgeordnete in seinem Bezirk“, „Verteidiger Ihrer Anliegen“, „Letzter auf der Liste, erster in Aktion“, „Erster bei der Arbeit, zweiter auf der Liste“. Linke Politiker*innen zielten eindeutig darauf ab, ihren Fleiß, ihre Aktivität, ihr Engagement und in geringerem Maße auch ihre Effektivität zu demonstrieren. Interessant ist, dass der Fleiß zwar eine wichtige Rolle spielt,

die Arbeit, die traditionell ein wichtiger Punkt in den Programmen der Linken ist, jedoch nur in einem einzigen Slogan auftaucht: „Für ein Schlesien der guten und anständigen Arbeit“.

Die lokale Herkunft oder das „von hier sein“ war für die Kandidat*innen ebenfalls wichtig. Neben dem bereits erwähnten Slogan, der sich auf Schlesien bezieht, gibt es weitere Slogans wie: „Ich bin von hier“, „Kandidat aus Mokotów für Mokotów“; „Wir sind aus Kutno“, „Dein Junge aus Opole“, „Gemeinsam für Ermland und Masuren“, „Radom meine Heimat“, „Dein Nachbar, dein Abgeordneter“, „Dein Nachbar von links“. Der Hinweis auf die lokale Herkunft hilft den Kandidat*innen, Glaubwürdigkeit aufzubauen, zeigt, dass sie sich mit den regionalen Problemen auskennen, und impliziert, dass die von ihnen vorgeschlagenen Lösungen aus der Erfahrung des Lebens und der Arbeit in der Region stammen. Während noch vor fünfzehn Jahren regelmäßig betont wurde, dass „wir alle Europäer*innen“ oder „Bürger*innen Europas“ sind, ist dies ein Lied der Vergangenheit. Heute setzen die Kandidat*innen ihre lokale Herkunft als Trumpfkarte im Wahlkampf ein.

***Linker Patriotismus steht
für Gemeinschaft, Gleichheit,
Freiheit, aber auch für die Zukunft
und die Jugend***

Sorge und Fürsorge für andere erwiesen sich ebenfalls als wichtige Werte, die in Slogans zum Ausdruck kamen, die den Kampf gegen Ausgrenzung betonten („Würde ohne Schranken“, „Würde für Frauen, Unterstützung für die Schwachen“, „Ich kandidiere, weil Frauenrechte nicht verhandelbar sind“, „Der Mensch steht an erster Stelle“, „Der Mensch zählt, nicht der Profit“), vor allem aber in Slogans, in denen sich die Kandidierende als Anwältinnen und Anwälte der Anliegen der Wähler*innen präsentierten, indem sie beispielsweise entschieden gegen Menschenrechtsverletzungen auftraten: „Mut und Fürsorge“, „Wir werden niemals alleine gehen“ (in Anlehnung an den beliebten Anti-Abtreibungsprotest-Slogan „You Shall Not Walk Alone“), „Verteidiger*innen deiner Belange“, „Mit Dir und für Dich“, „In Deinem Namen“. Viele Slogans bezogen sich auch auf wichtige individuelle Rechte und implizierten, dass eine Stimme für diese*n Kandidierende*n diese Rechte garantieren und stärken würde. Dies kommt direkt in den Slogans zum Ausdruck: „Ihre Stimme für Gleichheit“,

„Gemeinsam für Chancengleichheit“, „Freiheit, Gleichheit, Würde“, „Freiheit, Gleichheit, Solidarität“, Wenn die Kandidat*innen versuchen, sich für die Belange der Wähler*innen einzusetzen, als deren Anwältin bzw. Anwalt zu agieren und die Rechte der bzw. des Einzelnen zu schützen, könnte man sich fragen, ob sich diese Kandidat*innen auf gleicher Augenhöhe mit den Wählenden sehen oder als Vertreter*in der Gemeinschaft mit einem gewissen Vorteil gegenüber diesen, mit einem Auftrag, den sie von oben herab erfüllen sollen.

Nowa Lewica-Kandidat*innen als Missionierende

Die Wissenschaftlerin Katarzyna Kłosińska stellte fest, dass Politiker*innen entweder die Rolle als Expert*innen oder als Missionierende einnehmen.¹ Ein*e Expert*in ist eine Person, die handelt, anstatt zu reden. In der Kommunikation verwenden sie Worte, die mit Kompetenz, Effektivität und Erfahrung zu tun haben. Die Beziehung zwischen Politiker*in bzw. Expert*in und Wähler*in ist eine gleichberechtigte, obwohl sie von den Bürger*innen Aktivität erwarten. Eine politische missionierende Person kann Anführer*in sein, ähnlich einer romantischen Bardin bzw. einem romantischen Barden, die bzw. der die Nation aufbaut, oder als Mutter bzw. Vater der Nation auftritt, die bzw. der seine Sorge um die Bürger*innen zum Ausdruck bringt und sich um sie kümmert. In diesem Fall ist die Beziehung zwischen den Bürger*innen und der bzw. dem politischen Missionierenden nicht gleich. Darüber hinaus wird die Botschaft der missionierenden Person von Pathos und häufigen Verweisen auf moralische Werte dominiert. Ausgehend von dieser Klassifizierung und der Analyse der Nowa-Lewica-Slogans scheint es, dass die Nowa-Lewica-Kandidat*innen sich als Missionierende präsentieren wollten, die nicht voll professionell sind, dies aber durch Jugend und Fleiß wettmachen. Sie sind nicht unbedingt Mütter und Väter der Nation, sondern eher ältere Geschwister, die bereit sind, sich um die Bürger*innen zu kümmern und sie zu unterstützen.

¹ Katarzyna Kłosińska, „Misjonarz” i „fachowiec” – dwie figury implikowane przez „ja” nadawcze w polskich tekstach politycznych po 1989 roku, *Oblicza komunikacji*, 7/2014, S. 115-125.

*Die Kandidat*innen von Nowa Lewica
stellen sich als Missionierende vor,
die nicht ganz professionell sind,
dies aber mit Jugend
und Fleiß wettmachen*

Nur einer der untersuchten Slogans erinnerte die Wähler*innen daran, wann sie zur Wahl gehen sollten. Dies könnte bedeuten, dass die Kandidat*innen ihre Wähler*innen als politisch engagiert und informiert ansehen, so dass es nicht notwendig ist, sie an ihre staatsbürgerliche Pflicht zu erinnern. Es könnte aber auch bedeuten, dass die Kandidat*innen ihre Wählerschaft bereits als ausreichend motiviert ansehen, wählen zu gehen. Daher ist es kaum notwendig, Slogans zu entwickeln, mit

denen direkt um Stimmen geworben wird: „Eine Stimme für mich ist eine Stimme für den Bau von barrierefreien Mietwohnungen“; „Ihre gute Chance auf einen Spitzenplatz“ (Kandidat Nummer 10 auf der Liste), „Ihre Stimme für die Zukunft“, „Ihre Stimme für Gleichheit“. Aber auch bei diesen Slogans stehen Werte oder konkrete Programmvorschläge an erster Stelle.

Welche Werte waren also für die Kandidat*innen von Nowa Lewica bei den Wahlen 2023 am wichtigsten? Aus der Analyse der gesammelten Wahlslogans lässt sich zusammenfassen, dass Fleiß, Jugend, Zukunft, Lokalismus, Sorge und Polen an erster Stelle stehen. Nowa Lewica ist patriotisch, orientiert sich nicht an der Vergangenheit, sondern an der eigenen Jugend und am Fleiß. Und sie will lokal handeln.

DIE BEDEUTUNG DER SOZIALEN MEDIEN BEI DEN PARLAMENTSWAHLEN IN POLEN 2023

Von **Wiktor Wojciechowski**

*Im Jahr 2023 mussten die sozialen Medien zwangsläufig eines der wichtigsten Wahlkampfinstrumente für alle Parteien sein. Die Spots in den sozialen Medien konzentrierten sich auf die Polarisierung und die Emotionen der Menschen. Jede Partei stützte sich auf Umfragen und Analysetools, um ihre Zielgruppen anzusprechen. Das Narrativ der PiS in den sozialen Medien basierte vor allem darauf, negative Emotionen zu wecken und Donald Tusk unter anderem als große Bedrohung für das Land darzustellen. Der Vorteil der demokratischen Opposition – schreibt Wiktor Wojciechowski – bestand in der Vielfalt der Botschaften, die die Ausschüsse vermittelten, und in der Tatsache, dass die Spots auch positive Emotionen ansprachen. Die Kampagne in den sozialen Medien war auch wegen des „Million-Hearts-March“ und der Persönlichkeiten der Oppositionsführer*innen erfolgreich, die es verstanden, die Jugend anzusprechen. Wiktor Wojciechowski ist politischer Stratege und Campaigner.*

Die digitale Dimension des Wahlkampfs für die Parlamentswahlen 2023 war in jeder Hinsicht rekordverdächtig, einschließlich der Anzahl der geschalteten Anzeigen, der Ausgaben der Parteien und der Ansprache von Wähler*innen. Auch der relative Anteil der Ausschussbudgets, der für die Internetkampagne aufgewendet wurde, war rekordverdächtig. Offensichtlich hat das politische Establishment in Polen verstanden, wie wichtig es ist, die Wähler*innen, insbesondere die unter 60-Jährigen, über die Bildschirme der Smartphones zu erreichen.

Die Wähler*innen in Polen beziehen den größten Teil ihrer Informationen aus dem Internet. Fast 25 Millionen erwachsene Pol*innen, das sind mehr als 80 Prozent der Wahlberechtigten, nutzen mindestens eine digitale Plattform. YouTube hat die meisten Nutzer*innen (27 Millionen, einschließlich der unter 18-Jährigen), gefolgt von Facebook (26,5 Millionen), Instagram (16 Millionen) und TikTok (13 Millionen). Die ranghöchsten Nachrichtenportale sind Wp.pl (10,5 Millionen), Onet.pl (9,5 Millionen) und tvn24.pl (8,5 Millionen).

Laut den befragten Wähler*innen sind Online-Nachrichtenportale die Hauptinformationsquellen für politische Themen, gefolgt von sozialen Medien und Fernsehen. Ein weitaus geringerer Anteil bezieht seine politischen Informationen aus Printmedien oder dem Radio. Die Bedeutung der Online-Medien für die Pol*innen war der

Grund, warum die Parteien es als notwendig erachteten, ihre Botschaften über Online-Plattformen effektiv zu kommunizieren. Die Ausgaben für Werbung, die Online-Präsenz der Kandidat*innen und der Aufbau von Beziehungen sowie die Anpassung und Optimierung der Botschaften für die Algorithmen der sozialen Medien zeigen, dass sich alle Parteien dessen sehr wohl bewusst waren.

Mobilisierung von jungen Menschen und Frauen

Die Wahlbeteiligung bei dieser Wahl war rekordverdächtig hoch, mit einem besonders starken Anstieg der Wahlbeteiligung bei jungen Frauen. Soziale Medien sind die wichtigste Quelle für politische Informationen für Wähler*innen unter 30 Jahren, was dazu führte, dass mehrere Kampagnen zur Förderung der Wahlbeteiligung ausschließlich junge Menschen und junge Frauen ansprachen.

Das Ziel der Kampagnen für eine höhere Wahlbeteiligung war es, den Schwung der Frauenproteste von vor 3 Jahren aufzugreifen

Prawo i Sprawiedliwość (PiS) [Recht und Gerechtigkeit] verlor am 22. Oktober 2020 junge Wähler*innen durch das Urteil des Verfassungsgerichts von Julia Przyłębska, das die Abtreibungsgesetze in Polen verschärfte. Dieses Urteil führte dazu, dass viele der jüngsten Wähler*innen die PiS als eine rückwärtsgewandte Partei aus einer vergangenen Ära betrachteten. Vor allem für junge Frauen war dies ein prägender Moment des politischen Aufbruchs und Engagements.

Die Rolle der parteiinternen und -externen Mobilisierungskampagnen für eine höhere Wahlbeteiligung bestand darin, dieses Feuer der Rebellion drei Jahre später neu zu entfachen, nur dass sie die Menschen dieses Mal eher zu den Wahlen als zu den Protesten führten. Die Kampagnen, die sich an junge Wähler*innen richteten, schienen ein Erfolg zu sein, denn die Wahlbeteiligung in dieser Altersgruppe stieg gegenüber den Wahlen 2019 um 25 Prozent.

Gezielte Nachrichtenübermittlung

Jede der Parteien segmentierte die Wählerschaft online auf der Grundlage demografischer Daten – in erster Linie nach Alter, Geschlecht und Wohnort – und richtete dann ihre Botschaften und Appelle an Emotionen auf der Grundlage derer aus, die für ihre potenziellen Wähler*innen am günstigsten sind. Die vorliegenden Untersuchungen ergaben, dass die meisten Parteien die Bevölkerung gleichmäßig ansprachen, die Nowa Lewica [Neue Linke] jedoch einen unverhältnismäßig großen Teil ihrer Ressourcen auf die Ansprache junger Frauen und Konfederacja [Konföderation] auf junge Männer richtete. In der Folge konzentrierte sich die Nowa Lewica stark auf Fragen der Frauenrechte, während sich die von der Platforma Obywatelska (PO) [Bürgerplattform] geführte Koalition beispielsweise auf wirtschaftliche Themen konzentrierte.

Jede Partei appellierte mit ihren Botschaften an eine bestimmte Gruppe von Emotionen: Die PiS sprach die Ängste und Befürchtungen der Wähler*innen an, die PO konzentrierte sich auf hoffnungsvolle Botschaften über Veränderungen und auch auf die Beilegung von Unrecht, die Nowa Lewica betonte die Hoffnungen der Wähler*innen auf Veränderungen und die Ängste vor der Herrschaft der Konfederacja, der Trzecia Droga (TD) [Dritter Weg] konzentrierte sich auf moderate, nicht revolutionäre Veränderungen, während die

Konfederacja Wut und Angst vor der Herrschaft der „Viererbande“ (PiS, PO, Nowa Lewica, TD) ansprach.

Medienübergreifende Kampagnenbotschaften

Ein weiterer einzigartiger Aspekt der digitalen Kampagnen war die Art und Weise, wie die nationalen Medien die von den Parteien online verbreiteten Narrative aufgriffen und sie in den Hauptausgaben der Fernsehnachrichten oder als Hauptgeschichten auf den nationalen Nachrichten-Websites wiedergaben. Ein herausragendes Beispiel für diese medienübergreifende Übertragung waren die Narrative über die Fragen des Referendums zur Aufnahme von Flüchtlingen. PiS und PO veröffentlichten auf ihren Social-Media-Kanälen Werbespots über die Flüchtlingsfragen des Referendums, die inhaltlich und redaktionell an die sozialen Medien angepasst waren und an negative Emotionen appellierten. Diese Spots, die zu zahlreichen Kommentaren führten und die Öffentlichkeit in Befürwortende und Angreifende der jeweiligen Botschaften spalteten, wurden zu einem Wahlkampfereignis, das mit einem Parteitag vergleichbar war. Die Spots, die auf X (ehemals Twitter) veröffentlicht wurden, waren für die gesamte Referendumskampagne am wichtigsten.

*Soziale Medien waren hilfreich für die Kandidat*innen auf den unteren Listenplätzen*

Die von den Parteien veröffentlichten Spots waren nicht die einzigen, die viral gingen. Kandidat*innen, die weiter hinten auf den Listen standen und über weniger Ressourcen verfügten, schafften es dank ausgeklügelter Spots, die in den sozialen Medien veröffentlicht wurden, in die nationalen Medien. Die Realität der Kampagnen war, „Nachrichten sind Nachrichten“ die unabhängig vom Verbreitungskanal über alle Medien verbreitet wurden.

Bei diesen Kampagnen nutzten die Wähler*innen zum ersten Mal in so großem Umfang Plattformen wie YouTube, die als Ersatz für das Fernsehen fungierten und von den Ausschüssen eine technische und inhaltliche Anpassung ihrer Anzeigen verlangten. Der Trend, die bzw. den klassischen „Fernsehzuschauende*n“ zu erreichen, scheint paradoxerweise eher über

Social-Media-Plattformen und Streaming-Dienste als über reine Fernsehsender zu führen.

Polarisierung und die Rolle der Algorithmen

Ein auffälliges Element dieses Wahlkampfes war der Einfluss der digitalen Algorithmen auf Form und Inhalt der Spots. Die Materialien, die die meiste Berichterstattung erhielten, waren sehr ähnlich. Im Gegensatz zu früheren Wahlkampagnen, bei denen die Spots hauptsächlich aus Videos ohne Untertitel bestanden, war dieses Format bei den Online-Kampagnen 2023 praktisch nicht vorhanden. Kurzes Videomaterial mit Vortiteln, energiegeladener Audiountermalung, geschärftem Schnitt und kurzen Bildern dominierte. Diese Inhalte basierten oft auf starken Emotionen, in der Regel auf Wut und Angst. Das passte natürlich in das Schema, das die Algorithmen zu dieser Zeit vorgaben.

Die gesamte PiS-Kampagne hatte im Wesentlichen ein Ziel: das Schüren der Angst vor einer Rückkehr von Donald Tusk

Polarisierende Inhalte weckten die meisten Emotionen. Die gesamte PiS-Kampagne hatte im Wesentlichen ein Ziel: bei den Wähler*innen die Angst vor einer Rückkehr von Donald Tusk an die Macht zu schüren. Die PO-Kampagne war in dieser Hinsicht viel nuancierter. Sie schürte nicht nur die Wut auf die PiS wegen der Verfehlungen während ihrer achtjährigen Amtszeit, sondern zielte auch darauf ab, positive Emotionen im Zusammenhang mit der Hoffnung auf eine bessere Zukunft zu wecken. Das beste Beispiel dafür war der „Million-Hearts-March“, der den Höhepunkt ihrer Kampagne darstellte.

Auch andere Parteien haben die Wirkung von Emotionen und polarisierenden Botschaften erkannt. Wie die PO stützte auch die Nowa Lewica ihr Narrativ auf den beiden Säulen Hoffnung und Angst, in diesem Fall auf die Angst vor der Machtübernahme durch die Konfederacja. Eine Regierung aus der PiS- und Konfederacja wäre noch schlimmer, eine Welt, die sich nicht sehr von der Welt aus „The Handmaid’s Tale“ unterscheiden würde. Diese Polarisierung war notwendig, um die Algorithmen so zu nutzen, dass die Parteien ihre Reichweite maximieren konnten.

Geld ist nicht alles

Die für Werbung in sozialen Medien bereitgestellten Mittel erhöhten die Reichweite. Anders jedoch als bei physischer, Fernseh- oder Radiowerbung war die Finanzierung von Werbung in sozialen Medien jedoch nicht der einzige Faktor, der zur digitalen Reichweite beitrug.

Die PiS gab bei weitem die meisten Wahlkampfmittel für Internetwerbung aus, oft ein Vielfaches dessen, was ihre nächste Mitbewerberin ausgab. Dazu gehörten auch bezahlte Kampagnen von staatlichen Unternehmen, die auf die Leistungen der amtierenden Regierung anspielten. Auch Stiftungen, die der Regierungspartei nahestehen, führten Kampagnen zur Unterstützung der Teilnahme am Referendum durch. Diese kombinierten Bemühungen bedeuteten, dass die PiS einen erheblichen Vorteil gegenüber der PO hatte, ganz zu schweigen von anderen Parteien, wenn es um Online-Wahlkampfausgaben ging.

Trotz ihres viel geringeren Budgets erzielte die PO jedoch einen niedrigeren CPM (Kosten pro tausend Impressionen) als die PiS, was möglicherweise auf die größere spontane Verbreitung der PO-Spots zurückzuführen ist. Über den 1. Oktober 2023, den „Million-Hearts-March“ von PO, wurde online ausführlich berichtet. Er war das Ereignis mit der größten Reichweite während des Wahlkampfes und erhielt die größte Online-Berichterstattung in der Geschichte der polnischen Politik.

Die Struktur der digitalen Kampagne

Die digitale Kampagne wurde auf einer allgemeineren, landesweiten Ebene durchgeführt, durch engere, bezahlte Kampagnen, die auf bestimmte Wähler*innen abzielten, und auf lokaler Ebene, wo die Botschaften direkt von den Kandidat*innen verbreitet wurden.

Die landesweite Kampagne war am reichweitenstärksten und umfasste Botschaften von Parteiführer*innen und Parteispots oder Anzeigen, die hauptsächlich auf YouTube verbreitet wurden und sich an die allgemeine Wählerschaft richteten. Diese Botschaften vermittelten den Wähler*innen in der Regel die wichtigsten Informationen und waren daher in der Regel die Botschaften, die es in die nationalen Schlagzeilen, Nachrichtenportale oder Fernsehsendungen schafften.

Die nächste, engere Komponente des Wahlkampfes waren die bezahlten Kampagnen, die auf eine bestimmte Wählergruppe abzielten. Mit Ausnahme der PiS zielten die Wahlausschüsse im Allgemeinen auf mittelgroße demografische Gruppen ab, die zwischen einigen hunderttausend und einigen Millionen Wähler*innen liegen. Die Komitees zielten auf demografische Gruppen ab, die aufgrund von Umfragen und Analyseinstrumenten wie dem Facebook-Pixel als günstig für ihre Botschaften eingeschätzt wurden. Auf zentraler Ebene gingen die Ausschüsse im Allgemeinen nicht auf die kleineren Segmente ein.

Auf lokaler Ebene, d. h. in den Bezirken und Kreisen, wandten sich die Kandidat*innen selbst mit Parteibotschaften an die Wähler*innen. Eine Ausnahme bildete die PiS-Kampagne in den Bezirken, die sich mit mehr als 370 gezielten Anzeigen an die Wähler*innen in den Bezirken mit wichtigen Sitzen wandte.

Aufgrund dieser Struktur erhielten die Wähler*innen politische Botschaften auf drei Ebenen, die in der Regel von verschiedenen Teilen der Kampagnen präsentiert wurden: Die politischen Führer*innen verkündeten die Hauptbotschaften, die Ausschüsse sprachen die Wähler*innen mit den für die Kampagne wichtigen Themen an, und die Kandidat*innen präsentierten ihre persönliche Marke und sprachen auch über lokale Themen.

Die Rolle zweier Politiker

Während des Wahlkampfes haben zwei Politiker besonders gut und direkt mit den Wähler*innen kommuniziert: PO-Chef Donald Tusk und Konfederacja-Chef Sławomir Mentzen.

Tusk: Verringerung der Distanz und Verbreitung von hoffnungsvollen Botschaften

Trotz seines Alters kommunizierte Donald Tusk gut mit den Wähler*innen der jüngeren Generationen. Tusks Social-Media-Team generierte Inhalte, die sich an aktuellen Trends orientierten und Tusk verringerte die „Distanz“ zwischen sich und den Wähler*innen durch natürlich vorgetragene Aussagen, die seinen Sinn für Humor zeigten. Er erzielte auf den Plattformen Meta (Facebook und Instagram) und TikTok die höchste

Wachstumsrate bei den Followerzahlen und war zusammen mit Mentzen führend bei der monatlichen Reichweite. Tusks Kommunikationsstrategie schien einige Taktiken von den amerikanischen Kampagnen von Obama oder Biden zu übernehmen und verbreitete eine hoffnungsvolle Botschaft, die ihn von den Parteispots unterschied.

Betrachtet man die Wahldaten und die Wahltagsbefragungen, so erzielte die PO in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen ihr bisher bestes Ergebnis. Vor Beginn des Wahlkampfes wurde befürchtet, dass vor allem der Nachwuchspolitiker Rafał Trzaskowski jüngere Wählerinnen und Wähler anziehen würde können, doch dies hat sich nicht bewahrheitet. Die Wahlpräferenzen der jüngeren Wähler*innen hatten wahrscheinlich viele Faktoren, aber es ist klar, dass Tusk aktiv eine gute Kommunikation mit der jüngeren und älteren Generation von Wähler*innen aufgebaut hat.

Mentzen: Wechsel zu einem Mainstream-Parteibild, Fehler der Gegner auffangen und Visionen präsentieren

Die andere starke politische Persönlichkeit während des Wahlkampfes war Sławomir Mentzen, der seine Popularität in den letzten Jahren online aufgebaut hatte. Er ist bekannt für seine Brillanz, seine Redegewandtheit und seine Fähigkeit, seine Inhalte an das Publikum anzupassen.

Sein Kommunikationsstil unterschied sich von dem von Donald Tusk, indem er sich darauf konzentrierte, Fehler oder Absurditäten der Gegner*innen in einem konfrontativen Stil aufzudecken. Er präsentierte jedoch auch eine Vision des Wandels, insbesondere in Bezug auf die Steuerpolitik. Mentzens Anwaltskanzlei ist auf Steueroptimierung spezialisiert, und auf dieser Grundlage hat er sich als Autorität in Wirtschaftsfragen etabliert.

Mentzens Publikum besteht seit jeher aus jungen Männern und Menschen, deren Wunsch nach einfachen Lösungen für komplexe Probleme sie für Verschwörungserzählungen anfällig machen kann. Mentzens gut durchdachte Kommunikation bediente dieses Bedürfnis sehr effektiv. Dabei veränderte er das Image der Konfederacja von einer extremen Randgruppe, verkörpert durch ihren ehemaligen Vorsitzenden Janusz

Korwin-Mikke, zu einer Mainstream-Partei. Trotz seiner persönlichen Anziehungskraft konnte Mentzen jedoch das frauenfeindliche Programm seiner Partei nicht überwinden, was dazu führte, dass die Konfederacja in den letzten Zügen Wähler*innen an die PO und auch an den Trzecia Droga verlor.

Warum hat sich die demokratische Opposition durchgesetzt?

Der Erfolg der demokratischen Opposition bei den Wahlen ist auf eine Kombination politischer und struktureller Faktoren in der digitalen Kampagne zurückzuführen. Der erste wichtige Faktor war die Entscheidung der Oppositionsparteien, nicht mit einer einzigen Liste anzutreten. PO, Nowa Lewica, Trzecia Droga und Konfederacja spielten sozusagen alle „auf einem anderen Klavier“ und richteten ihre Kommunikation an unterschiedliche und kleinere Wählersegmente bzw. „Internetblasen“. Im Gegensatz dazu richtete die PiS ihre Botschaft an ein viel größeres Segment von 10 Millionen Wähler*innen.

Die Fähigkeit der Oppositionsparteien, ihre Botschaften, Emotionen oder visuellen Darstellungen für eine bestimmte Zielgruppe zu differenzieren, war auch kosteneffizienter. Durch diese gezielten Botschaften konnten sie viele Gruppen mobilisieren, die möglicherweise nicht für eine einzige Liste mit homogenen Botschaften gestimmt hätten.

Der zweite Faktor war die Fähigkeit der Oppositionsparteien, an die Emotionen der Wähler*innen zu appellieren. Nach acht Jahren an der Regierung setzte die PiS alles auf eine Karte und verließ sich fast ausschließlich auf die Angst vor einer Regierung Donald Tusk, um nicht überzeugte Wähler*innen zu mobilisieren. Das Fehlen einer positiven Zukunftsvision, die mit Hoffnung verbunden ist, führte jedoch dazu, dass die PiS keine Wähler*innen für sich gewinnen konnte, die

der politischen Aufregung überdrüssig waren. Diese Fähigkeit, sowohl positive als auch negative Emotionen in der digitalen Kampagne zu nutzen, war ein Erfolg der Oppositionsparteien.

Der dritte Faktor war der Erfolg der Wahlkampfveranstaltungen der Opposition, wie die rekordverdächtige digitale Verbreitung des von der PO unter Beteiligung von Nowa Lewica organisierten „Million-Hearts-March“ zeigt. Diese Veranstaltung hatte die größte digitale Reichweite in der Geschichte der polnischen Politik und erreichte doppelt so viele Menschen wie die nächstgrößere virale Wahlkampfveranstaltung. Die Botschaften des Marsches beherrschten das Internet mehrere Tage lang, sowohl organisch als auch durch bezahlte Anzeigen in den sozialen Medien und bei Google.

*Effektive (Online-)Kommunikation
vervollständigt die drei
Voraussetzungen für Differenzierung,
positive Visionen und erfolgreiche
Veranstaltungen*

Schließlich waren Oppositionspolitiker wie Donald Tusk, Szymon Hołownia oder die Spitzenkandidat*innen von Lewica die effektiveren Kommunikator*innen als es Politiker*innen der PiS waren. Ihre Fähigkeit, sich selbst zu ver menschlichen und auch online natürlich zu erscheinen, war eine unschätzbare Ressource, die sich in einer größeren Reichweite niederschlug. Jarosław Kaczyński hatte keine direkte Kommunikation mit den Wähler*innen in den sozialen Medien, und Mateusz Morawiecki versuchte es, war aber weniger effektiv als Donald Tusk.

Das Zusammenspiel dieser Faktoren ermöglichte es den demokratischen Oppositionsparteien, bei ihren digitalen Kampagnen, die im Großen und Ganzen effektiver waren als die ihrer Mitbewerberinnen, sozusagen „ihre Flügel auszubreiten“.

GROSSE HOFFNUNGEN, GROßE ENTtäUSCHUNG – RECHTSRADIKALE BEI DEN POLNISCHEN PARLAMENTSWAHLEN

Von **Michał Sutowski**, Krytyka Polityczna

Im Frühjahr 2023, zu Beginn des Wahlkampfs, sorgte sich das liberaldemokratische Lager nicht nur um das Szenario einer Niederlage gegen die PiS, sondern auch um die steigende Popularität der Rechtsradikalen von Konfederacja. Obwohl die Partei erklärte, gegen die PiS zu sein, wurde nicht ausgeschlossen, dass die Konfederacja im Falle eines ausreichend guten Ergebnisses nach den Wahlen eine PiS-geführte Regierung zumindest unterstützen würde. Michał Sutowski, Politikwissenschaftler und Autor bei Krytyka Polityczna, analysiert die Gründe für den plötzlichen Rückgang der Unterstützung für die Konfederacja in den entscheidenden letzten Phasen des Wahlkampfs. Er verweist auf mehrere Faktoren, vor allem im politischen Umfeld, die zu dieser Niederlage beigetragen haben, und stellt fest, dass die hohe Wahlbeteiligung der Frauen die Hoffnungen der Konfederacja auf ein gutes Ergebnis endgültig zunichte gemacht hat.

Der Sieg der polnischen Koalition der demokratischen Oppositionsparteien war bis zur Wahlnacht am 15. Oktober 2023 keine ausgemachte Sache. Die Umfragen deuteten auf einen fast sicheren ersten Platz für die von Prawo i Sprawiedliwość (PiS) [Recht und Gerechtigkeit] angeführte Koalition und den zweiten Platz für die von Platforma Obywatelska (PO) [Bürgerplattform] angeführte Koalition hin, so dass die Ergebnisse der drei verbleibenden Listen – Trzecia Droga (TD) [Dritter Weg], Nowa Lewica (NL) [Neue Linke] und Konfederacja [Konföderation] – das Kräfteverhältnis im Parlament bestimmen würden. Über allem schwebte die Möglichkeit, dass die Partei von Jarosław Kaczyński eine Koalition mit der Konfederacja bildet und damit die Herrschaft des rechtspopulistischen Lagers ausweitet und vielleicht das halbautoritäre Regierungsmodell „vollendet“.

Kaczyńskis Hoffnung?

Der aus den Wahlen resultierende Regierungswechsel wurde letztlich durch das unerwartete Abschneiden des Trzecia Droga, des rechten Flügels der liberaldemokratischen Parteien, bestimmt. Während mehrerer Monate des Wahlkampfs schwebte jedoch ein möglicher Wahlerfolg der rechtsextremen Konfederacja wie ein

Damoklesschwert über der Wahl. Obwohl die Führer der Konfederacja – wie von ihren Wählern erwartet – erklärten, sie würden den Spieß umdrehen und sich von beiden Seiten des politischen Konflikts gleichermaßen distanzieren, deutete vieles darauf hin, dass die PiS ihre Unterstützung gewinnen könnte. Ob durch die Übernahme von Abgeordneten der Konfederacja durch das Kaczyński-Lager, durch die stillschweigende Unterstützung der Regierung für verschiedene Leistungen oder einfach durch den Eintritt der Konfederacja in die Regierung, es hätte eine weitere Verschiebung der Macht in Polen nach rechts, eine Intensivierung der anti-ukrainischen und anti-deutschen Botschaften in der Innen- und Außenpolitik, eine Ausweitung des Einflusses radikal-nationalistischer und traditionalistischer Kreise und eine weitere Aushöhlung der Rechte von Frauen und Minderheiten bedeutet.

Während mehrerer Monate des Wahlkampfs schwebte ein möglicher Wahlerfolg der rechtsextremen Konfederacja wie ein Damoklesschwert über der Wahl

Diese Bedrohung schien sehr real zu sein; die Unterstützung für die Konfederacja in den Umfragen stieg

Anfang 2023 über die Fünf-Prozent-Hürde, näherte sich im Frühjahr zehn Prozent und erreichte im Hochsommer, drei Monate vor den Wahlen und kurz vor der intensiven Phase des Wahlkampfes, 12,5 Prozent. Dies hätte Dutzende von Sitzen im Sejm bedeutet, was die Konfederacja zum Königsmacher des neuen Regierungssystems gemacht und ihrer Führung einen starken Einfluss auf die anderen Parteien verschafft hätte. Die Hoffnungen der Führung der Konfederacja auf dieses oder ein noch besseres Ergebnis zeigten sich in den Erklärungen der Führung und in den Stimmen zahlreicher Kommentatoren, aber auch in den Beschränkungen für die Aufnahme neuer Mitglieder, als die Umfragen immer vielversprechender wurden.

Enttäuschung

Jedoch war schon in der Wahlnacht am 15. Oktober die Stimmung eine andere. Noch bevor die finalen Wahlergebnisse bekannt gegeben wurden, sprach einer der Führer des nationalistischen Flügels der Konfederacja, Witold Tumanowicz, vom starken Groll aller Kräfte gegen (s)eine Partei, die „harte Wahrheiten“ ausspreche und sich weigere, sich am „Wettlauf der sozialen Versprechen“ zu beteiligen. Als die Ergebnisse weniger als die Hälfte der erwarteten Stimmen offenbarten (der Vorsitzende des liberalen Flügels, Sławomir Mentzen, beklagte: „Wir hätten ein zweistelliges Ergebnis und 40 Abgeordnete erreichen sollen. Wir bekamen aber nur 7,16 Prozent und 18 Abgeordnete“), wechselte die Reaktion der Versammelten von erwartungsvollem Jubel zu Enttäuschung. Bald darauf begannen die Abrechnungen und die öffentliche Suche nach den Schuldigen für die Niederlage.

Die Interpretation der Gründe für das schlechte Abschneiden der Konfederacja unterschieden sich in den verschiedenen Parteiflügeln. Der prominente rechts-extreme Libertäre Janusz Korwin-Mikke – bekannt für seine frauenfeindlichen, antisemitischen und anderen empörenden Äußerungen – gab der Parteiführung die Schuld, weil sie ihm befohlen hatte, seine Medienpräsenz herunterzufahren. Mit anderen Worten: Das Scheitern der Partei sei auf einen Mangel an Rechtsradikalismus und das Nachgeben gegenüber der „politischen Korrektheit“ zurückzuführen. Die Anhänger des „gemäßigten“ Flügels hingegen argumentierten, dass es Korwin-Mikkés skandalöse, Pädophilie relativierende Äußerungen waren, die die so genannten

„normie“ Wähler verschreckten. Andere Führungspersönlichkeiten wie Sławomir Mentzen vermuteten, dass die Überrepräsentation von exzentrischen Persönlichkeiten – Impfgegner, Verschwörungserzähler, Russophile – für das schlechte Ergebnis verantwortlich war. Selbst die Streichung einiger der extremsten Politiker von den Listen – wie die Impfgegnerin Justyna Socha, der anti-ukrainische Politologe Leszek Sykulski und sogar ein Befürworter der Hundefleischproduktion – hätte der Partei nicht mehr geholfen.

Auch wenn an den Aussagen von Mentzen und der Einschätzung der Konfederacja-Sprecherin Anna Bryłka, dass „die hohe Wahlbeteiligung uns von der Bühne gefegt hat“, etwas Wahres dran sein mag, weist eine Analyse der Wahlkampfreden auf eine Reihe anderer Faktoren hin, die die Konfederacja daran hinderten, die erwartete Unterstützung zu erhalten. Diese Faktoren betrafen praktisch alle Flügel der Partei und berührten fast alle wichtigen Narrative der Partei.

Die Konfederacja trat zu den Wahlen als eine Formation an, die aus drei Hauptflügeln bestand. Der erste war die Nowa Nadzieja [Neue Hoffnung] von Sławomir Mentzen, die ihre Botschaft für die Parlamentswahlen 2019 („Wir wollen keine Juden, Homosexuelle, Abtreibung, Steuern oder Europäische Union“) zugunsten eines liberaleren Mainstream-Populismus (Kritik an Sozialtransfers, Steuern, der EU-Klimapolitik, „politischer Korrektheit“ usw.) abschwächte. Mentzen versuchte, sich als brillanter Ökonom und Technokrat zu präsentieren und gleichzeitig ein überwiegend junges und männliches Publikum zu Bierversammlungen einzuladen. Der zweite Flügel, der von Krzysztof Bosak und Witold Tumanowicz angeführt wird, besteht aus Nationalisten, die mit der Ruch Narodowy [Nationale Bewegung] verbunden sind. Dieser Flügel konzentriert sich auf die Kritik an der pro-ukrainischen Staatspolitik, einschließlich angeblicher „Privilegien“ für Kriegsflüchtlinge. Seine Mitglieder sind radikal einwanderungsfeindlich, Befürworter eines libertären Wirtschaftsnationalismus, kritisch gegenüber Pandemiebeschränkungen, sehr euroskeptisch, gegen Minderheitenrechte und stark patriarchalisch eingestellt. Der letzte Flügel ist die so genannte Konfederacja Korony Polskiej [Konföderation der Polnischen Krone], ein Milieu, das sich um den Filmregisseur und Publizisten Grzegorz Braun gruppiert. Diese Gruppe kann allgemein als antisemitisch, EU-feindlich, antiamerikanisch und antiukrainisch charakterisiert werden, ist extrem homophob, vertritt die

Werte des Katholizismus aus der Zeit vor dem Zweiten Vatikanischen Konzil im Sozial- und Familienleben, lehnt die weltanschauliche Neutralität des Staates ab und vertritt zahlreiche Verschwörungserzählungen, insbesondere die Erzählung der COVID-19-Pandemie als Komplott der globalen Eliten zur Versklavung der Gesellschaft.

Von diesen drei Flügeln waren die ersten beiden am stärksten auf den Wahllisten der Konfederacja und in den offiziellen Botschaften der Parteiführung an die Mainstream-Medien vertreten. Paradoxe Weise war die Kampagne jedoch für Grzegorz Braun am erfolgreichsten, obwohl er für die Dauer der Kampagne „zum Schweigen gebracht“ wurde, einige seiner Unterstützer von den Listen gestrichen wurden und seine Ausgangsposition in der Kampagne schlechter war. Es gelang ihm, neben sich selbst drei Abgeordnete (von insgesamt 18 Sitzen in der Konfederacja) zu gewinnen. Dies dürfte auf den praktisch fehlenden Wettbewerb im Bereich der Impfgegner und der offen antisemitischen Botschaften zurückzuführen sein. Ein weiterer Faktor war Brauns Nutzung von Kommunikationsplattformen, die weitgehend außerhalb der Reichweite von Gatekeepern der Mainstream-Medien liegen, die die extremsten und hasserfüllten Inhalte hätten filtern können. So organisierte er seine wenigen, aber entschlossenen Unterstützer über YouTube-Kanäle und andere Plattformen.

Die Konfederacja wies auf mehrere Konsensbereiche der anderen Parteien hin, die damals für zahlreiche Wählergruppen wichtig waren und für die sie als einzige Opposition eintrat

In Bezug auf den libertären und nationalistischen Flügel ist es wichtig, den Zusammenbruch des „Einzigartigkeits“-Narrativs der Konfederacja, die Entlarvung des zutiefst frauenfeindlichen Charakters der Ideologie ihrer Führer sowie den Glaubwürdigkeitsverlust der Partei aufgrund mangelnder wirtschaftlicher Kompetenz hervorzuheben. Diese drei Punkte trugen mehr als alle anderen zu dem enttäuschenden Wahlergebnis der Konfederacja bei. Bis zu einem gewissen Grad waren sie auf Fehler einzelner Konfederacja-Politiker zurückzuführen, aber in weitaus größerem Maße auf Veränderungen im politischen Umfeld, auf die sie nicht vorbereitet waren.

Als eine Partei, die den Spieß gegen das Establishment umdrehen wollte, verwies die Konfederacja auf mehrere Konsensbereiche der polnischen Politik, die damals für zahlreiche Wählergruppen wichtig waren und für die sie als einzige Opposition im Gegensatz zu den anderen Parteien eintrat. Dazu gehörten eine niedrige Steuerpolitik, die Unterstützung des Unternehmertums (insbesondere kleiner Unternehmen) und die Kritik an großzügigen Sozialtransfers. Dazu zählten auch eine skeptische bis ablehnende Haltung gegenüber der Unterstützung von Geflüchteten aus der Ukraine und eine Ablehnung des starken politischen Engagements zur Unterstützung der Ukraine im Krieg mit Russland. Bezeichnend war auch die Tatsache, dass die demokratische Opposition mit bis zu drei Listen antrat, die von der Linken (NL) über die Mitte (PO) bis zur rechten Mitte (TD) reichten und sich programmatisch unterschieden. Dies machte es schwierig, die Wahlen als eine binäre Wahl darzustellen, bei der die Konfederacja die einzige Alternative war.

In der Wirtschaftspolitik konnte sich die Konfederacja lange Zeit als einzige Gegnerin des staatstragenden Konsenses präsentieren, der sich im Wettlauf zwischen PO und PiS in Bezug auf die Großzügigkeit der Familienleistungen und die versprochenen Lohnerhöhungen für verschiedene Berufsgruppen zeigte. In den letzten Wochen des Wahlkampfs erwies sich der TD jedoch als klarer Konkurrent der Konfederacja in diesem Bereich, indem er versprach, die Mehrwertsteuer, die Körperschaftssteuer und die Einkommenssteuer während der gesamten Amtszeit nicht zu erhöhen, sowie günstige Änderungen bei den Versicherungsprämien für kleine Unternehmen und niedrigere Steuern für kinderreiche Familien einzuführen.

Lange vor den Wahlen begann die PiS auch in der Frage der polnischen Ukraine-Politik intensiv um Konfederacja-Wähler zu werben. Die Freundschaft zwischen den Präsidenten Duda und Selenskyj endete und im Frühjahr 2023 löste die PiS-Regierung einen Konflikt in der Europäischen Union über das Verbot ukrainischer Getreideimporte nach Polen und den Wettbewerb auf dem Transportmarkt aus. Diese politische Kehrtwende – die auf die polnischen Wähler*innen im ländlichen Raum abzielte – ließ das Image der PiS als Partei des pro-ukrainischen Konsenses schnell verschwinden und begleitete – zum Nachteil der Konfederacja – die Darstellung der PiS als harte „Verteidigerin polnischer Interessen“.

Männlicher Kandidat, männlicher Wähler

Die stark männlich geprägte Ausrichtung der Konfederacja hatte sich schon lange in der Wählerdemografie und in den Persönlichkeiten ihrer Führer und Aktivisten gezeigt. So war beispielsweise Karina Bosak, die Ehefrau von Krzysztof Bosak, nach den Wahlen die einzige weibliche Abgeordnete in dem 18-köpfigen Klub. In der jüngeren Generation, der entscheidenden Gruppe der Konfederacja-Anhänger, war das Geschlechtergefälle noch größer. Nur 26,3 Prozent der Männer und 6,3 Prozent der Frauen in der Altersgruppe von 18 bis 29 Jahren unterstützten die Partei. In der Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen (15,7% der Männer und 5,8% der Frauen, die die Partei unterstützen) und in der Altersgruppe der 40- bis 49-Jährigen (6% der Männer und 3,3% der Frauen) blieben diese Zahlen deutlich niedriger. Diese Ergebnisse lassen sich leicht mit dem Bild der männlichen Parteiführer erklären, die die Wähler zu einem Bier einladen, aber auch mit der Kooperation der Konfederacja mit dem „männlichen“ Unabhängigkeitsmarsch und der offenkundigen Frauenfeindlichkeit von Parteiführern wie Korwin-Mikke.

Noch wenige Monate vor der Wahl erklärte weniger als die Hälfte der polnischen Frauen unter 34 Jahren, dass sie wählen gehen würden. Letztendlich gingen mehr als 70 Prozent zur Wahlurne.

Das Geschlechtergefälle unter den Konfederacja-Wählern ist zwar kein neues Phänomen, doch das Wahlergebnis wurde letztlich durch die Wahlbeteiligung und ihre Veränderung im Laufe der Zeit bestimmt. Noch wenige Monate vor der Wahl erklärte weniger als die Hälfte der polnischen Frauen unter 34 Jahren ihre Absicht, wählen zu gehen. Letztendlich gingen mehr als 70 Prozent zur Wahl.

Eine derartig starke Mobilisierung, insbesondere bei den jüngeren Altersgruppen, war zum Teil das Ergebnis zahlreicher Initiativen, die sich an diese Gruppe richteten. Kampagnen wie „It's your choice“, organisiert von der Voice of Women Initiative und der Batory Stiftung,

„Let's get elected“ von Krytyka Polityczna und „Women to the polls“ legten den Schwerpunkt auf unterschiedliche politische Themen, mobilisierten aber vor allem Frauen. Obwohl die PiS am Ende die Mehrheit der Wählerinnen für sich gewinnen konnte, waren diese Frauen durchweg weniger geneigt, für die Konfederacja zu stimmen als ihre männlichen Kollegen.

Schließlich versetzte der Mangel an wirtschaftlichem Sachverstand der Konfederacja-Führer ihrer Glaubwürdigkeit einen schweren Schlag. Die Popularität von Sławomir Mentzen als brillanter Wirtschaftsexperte, der in seinen YouTube-Monologen die Sozialisten dieser Welt „durchpflügt“, hielt nicht stand, als er von Experten in den Mainstream-Medien und auf öffentlichen Veranstaltungen herausgefordert wurde. Seine Diskussionen mit dem ansonsten sehr liberalen TD-Kandidaten Ryszard Petru gingen viral, nachdem Petru mit einfachen Tricks Mentzens Inkompetenz entlarvt hatte. Während sich Mentzens treueste Anhänger nicht abschrecken ließen, entmutigten seine Patzer viele Wähler aus dem Mainstream (die so genannten „Normies“), die an einem marktwirtschaftlichen Programm interessiert waren; zudem trat der TD mit einem in dieser Hinsicht konkurrierenden Programm an.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es der Konfederacja nicht gelungen ist, bei den Wahlen 2023 zur dritten Kraft in der polnischen Politik zu werden, und zwar nicht so sehr aufgrund von Fehlern und Exzessen der Parteiextremisten, sondern aufgrund von tieferen Prozessen, die mit dem sozialen Umfeld und dem Diskurs der politischen Konkurrent*innen zusammenhängen. Am erfreulichsten war, dass sich die feministische Mobilisierung zum Thema Abtreibungsrechte dank der aktiven Arbeit von Nichtregierungskreisen in eine Wahlmobilisierung verwandelte. Am besorgniserregendsten ist, dass die anti-ukrainische Rhetorik trotz des Kriegskontextes schließlich auch in der größten Partei der polnischen Rechten, der PiS, Einzug gehalten hat. Eine allgemeinere und erbaulichere Schlussfolgerung aus den Erfahrungen dieser Wahl ist jedoch, dass Nationalismus und Faschismus am wirksamsten durch soziale Mobilisierung und Pluralismus unter den Demokraten eingedämmt werden können und nicht durch eine von Moralist*innen und Technokrat*innen erzwungene Einheit.

DIE ROLLE DER ANTIDEUTSCHEN NARRATIVE IM WAHLKAMPF

Von **Agnieszka Łada-Konefał**, Deutsches Polen-Institut

*Zwei Amtszeiten der PiS-Regierung führten zu einer beispiellosen Abkühlung der deutsch-polnischen Beziehungen auf der nationalen Ebene. Für Jarosław Kaczyński war Deutschland einer der wenigen entscheidenden Sündenböcke, den er vor allem dann benutzte, wenn er wollte, dass die Menschen von internen Problemen oder politischen Skandalen absehen. Agnieszka Łada-Konefał schreibt über diese antideutsche Rhetorik und stellt sie den Ergebnissen von Umfragen zur polnischen Wahrnehmung von Deutschland und den Deutschen gegenüber. Den Umfragen zufolge teilt nur ein kleiner Teil der Pol*innen antideutsche Einstellungen mit der PiS. Die Hartnäckigkeit der Rhetorik und ihre starke Präsenz in den von der PiS dominierten öffentlichen Medien könnten sich jedoch bereits darauf ausgewirkt haben, wie die Pol*innen Deutschland sehen, und der Trend in den Antworten der Befragten geht dahin, Deutschland etwas weniger zu vertrauen als früher. Sollte die antideutsche Botschaft der PiS weiterhin mit derartigem Nachdruck verbreitet werden, wird die neue Regierung mit vorsichtiger Entschlossenheit handeln müssen, um die guten Beziehungen zwischen den beiden Ländern wiederherzustellen. Agnieszka Łada-Konefał ist Politikwissenschaftlerin, Expertin für deutsch-polnische Beziehungen und stellvertretende Direktorin des Deutschen Polen-Instituts in Darmstadt.*

In den letzten Jahren und während des Wahlkampfes für die Parlamentswahlen 2023 haben Politiker*innen und Expert*innen, die der Partei Prawo i Sprawiedliwość (PiS) [Recht und Gerechtigkeit] nahestehen, kontinuierlich antideutsche Äußerungen getätigt, die Deutschland als ein Land, das die polnische Souveränität bedrohe und die Deutschen als polnische Feind darstellen. Diese Äußerungen zielen auf eine hartgesottene antideutsche Wählerschaft ab, die eine aggressive Rhetorik bereitwillig akzeptiert und einen klaren, bekannten Feind braucht. Die Analyse von Umfragen aus der Reihe des Deutsch-Polnischen Barometers zeigt jedoch, dass es in Polen nur relativ wenige solcher antideutschen Wähler*innen gibt, denn nur wenige Prozent der Befragten antworteten auf die meisten Fragen zu Deutschland negativ. Man könnte daher zu dem Schluss kommen, dass die antideutschen Narrative rechter Politiker*innen und Medien eher Versuche darstellen, Antigermanismus zu erzeugen, als eine Reaktion auf einen bestehenden, weit verbreiteten Antigermanismus unter den Wählenden.

**Ernstzunehmende
antideutsche
Botschaften der PiS**

Die Auswirkungen dieser antideutschen Botschaften sind jedoch gravierend. Ton und Stil der Äußerungen der Eliten von PiS und Solidarna Polska [Solidarisches Polen] (Mitglied der von der PiS angeführten Zjednoczona Prawica [Vereinigte Rechte]) über Deutschland und die Deutschen sind im Laufe der Jahre immer bissiger geworden. Die so genannte „antideutsche Karte“ hat in mehr als einer Wahlkampagne eine Rolle gespielt, und die politische Rechte hat zwischen den Wahljahren Misstrauen bis hin zur Feindseligkeit gegenüber Deutschland gezeigt.

Diese Botschaften bleiben bestehen, auch wenn die europäische Einheit, das gegenseitige Vertrauen und die Zusammenarbeit für Polen wichtiger denn je geworden sind. Das Sicherheitsgefühl der deutschen Investor*innen in Polen kann angesichts der sich verschärfenden wirtschaftlichen Probleme im Zusammenhang mit dem Krieg in der Ukraine und davor mit der COVID-19-Pandemie gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Unterdessen wurde der deutschen Minderheit als einziger der nationalen Minderheiten Polens der Anspruch auf zwei von drei Stunden Deutsch als Muttersprache in der Schule vorenthalten sowie der deutsche Botschafter auf Plakaten mit Hitler in Verbindung gebracht. Im Zusammenhang mit dem deutschen Koalitionsvertrag,

der den Titel „Deutsche Verantwortung für Europa und die Welt“ trägt, spielte der Parteivorsitzende der PiS auf die deutschen Versuche an, ein „Viertes Reich“ zu errichten, obwohl der Vertrag in den meisten anderen europäischen Kreisen positiv aufgenommen wurde. In einem Interview mit der *Gazeta Polska* [Polnische Zeitung] vom Juni 2022 erklärte der PiS-Parteivorsitzende Jarosław Kaczyński, dass Deutschlands strategisches Ziel darin bestehe, Europa zu kontrollieren, und dass Deutschland selbst ein äußerst destruktives Element in Europa sei.

An ähnlichen Äußerungen mangelte es im Wahlkampf 2023 nicht. Jarosław Kaczyński behauptete wiederholt, dass es zum nationalen Charakter der Deutschen gehöre, um jeden Preis zu dominieren, und sagte weiter, dass „diese Haltung gegenüber Polen als einem Land, das auf deutsche Interessen Rücksicht nehmen sollte, weiter anhält“. ¹ Als Beispiel nannte er den deutschen Widerstand gegen die polnischen Bemühungen zur Regulierung der Oder. Der PiS-Vorsitzende argumentierte, Deutschland behandle den polnischen Staat und die Pol*innen mit einer Haltung der Überlegenheit. ² In einem Brief an seine Anhänger*innen schrieb er: „Ein starkes, modernes, sich dynamisch und gleichmäßig entwickelndes Polen, das danach strebt, eine seinem Potenzial entsprechende Rolle in Europa und der Region zu spielen, ist nicht nach dem Geschmack Berlins.“ ³

Die Forderung nach Kriegsreparationen

Während dieser Zeit wurde die Frage der polnischen Reparationsforderungen erneut aufgeworfen und der polnische Außenminister Zbigniew Rau unterzeichnete zu dieser Frage am 3. Oktober 2022 eine diplomatische Note an Deutschland. Die PiS stützte sich bei diesen Diskussionen auf die Überzeugung, dass Deutschland seine Verbrechen während des Zweiten Weltkriegs weder anerkennen noch die Verantwortung dafür übernehmen wolle und, da es sich durch den Krieg auf Kosten Polens bereichert habe, weiterhin dessen Richtung diktieren wolle. Auf Wahlveranstaltungen und in den

Medien betonten PiS-nahe Politiker*innen und Kommentator*innen immer wieder den Schaden, der Polen zugefügt wurde, die Summen, die Polen von Deutschland fordert und die Ablehnung dieser Forderungen durch Deutschland. Das Aufbausuchen dieses Themas war ein bewusster Schachzug, der sich nicht an Deutschland oder die internationale öffentliche Meinung richtete, sondern vielmehr an die eigene Wählerschaft, um von der innenpolitischen und wirtschaftlichen Situation abzulenken. Indem sie eine einfache Dichotomie zwischen Feind und Opfer schuf, konnte sich die PiS als einzige politische Kraft darstellen, die für ein deutsches Eingeständnis der an Polen begangenen Taten eintritt. Diese Logik stellte auch die Opposition, angeführt von Donald Tusk, als passiv dar, weil sie Deutschland nicht die Stirn böte und keine Reparationen und Rechenschaft fordere.

Die Rhetorik der Rechten brachte progressive politische Kräfte, insbesondere die Partei von Donald Tusk, in eine schwierige Lage. Die anfänglich langsame Entscheidungsfindung Deutschlands in Bezug auf die Lieferung schwerer Waffen an die Ukraine und das jahrelange Ignorieren der russischen Energieexpansion stieß in der polnischen Regierung, der Opposition und in verschiedenen Medienkreisen auf verständliche Kritik. Auch wenn die Rhetorik der PiS in der Reparationsfrage von der Opposition abgelehnt wurde (nicht die Forderungen nach Reparationszahlungen selbst) ⁴, erkannten sie und eine beträchtliche Anzahl von Pol*innen an, dass Deutschland das Leid der polnischen Bevölkerung während des Zweiten Weltkriegs nur unzureichend anerkannt und entschädigt hatte und dass es in Deutschland ebenfalls an Wissen zu diesem Thema mangelte. Dies wird durch das Deutsch-Polnische Barometer 2023 bestätigt, aus dem hervorgeht, dass die Hälfte der polnischen Befragten der Meinung ist, dass das Leid und die Opfer, die die Pol*innen in ihrer Geschichte erfahren haben, nicht ausreichend anerkannt wurden. Darüber hinaus sagten 56 Prozent, dass Deutschland in Bezug auf Reparationen viel zu wenig getan habe.

Daher wollte die Opposition damals Deutschland nicht verteidigen oder ihre engen Beziehungen zu den deutschen Partner*innen betonen, da dies von den

1 <https://www.pap.pl/aktualnosci/prezes-pis-niemcy-niezaleznie-od-wojny-beda-dazyly-do-ponownego-porozumienia-sie-z>

2 <https://www.rp.pl/wybory/art39235821-jaroslaw-kaczyński-niemcy-sa-regionalnie-silnym-panstwem-niczym-wiecej>

3 <https://wyborcza.pl/7,75398,29854702,kaczyński-uderza-w-niemcy-silna-i-nowoczesna-polska-nie-jest.html>

4 Entschließung des Sejm zum Antrag Polens auf Entschädigung für die von Deutschland während des Zweiten Weltkriegs verursachten Schäden vom 14.09.2022, <https://www.sejm.gov.pl/sejm9.nsf/komunikat.xsp?documentId=320B5562E9925DBBC12588B-D005B6276>

Wählenden als zu deutschlandfreundlich missverstanden werden könnte. Die von der Opposition vorgebrachten inhaltlichen Kritikpunkte und Zweifel unterschieden sich jedoch deutlich von den feindseligen und beleidigenden Äußerungen der PiS-Partei und der Solidarna Polska gegenüber Deutschland.

Polnische Wahrnehmungen Deutschlands in der Sozialforschung

Die Reihe Deutsch-Polnisches Barometer untersucht seit Jahren die Wahrnehmung der Pol*innen in Deutschland und der Deutschen in Polen.⁵ Für das Barometer werden die Befragten gebeten, allgemeine Aussagen über das jeweils andere Land zu überprüfen und sie auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) zu bewerten. Wie in den Vorjahren äußerte sich auch 2023 die Mehrheit der befragten Polen positiv über Deutschland. Diese Befragten waren der Meinung, dass sich die deutsche Wirtschaft gut entwickelt und dass die Rechte der Frauen und die Rechte verschiedener Minderheiten in Deutschland akzeptiert werden. Eine etwas geringere Anzahl der Befragten stimmte zu, dass die deutsche Demokratie und Rechtsstaatlichkeit gut funktionieren und dass es sich lohnt, in Deutschland zu investieren. Ein relativ geringerer Prozentsatz der positiven Antworten betraf die Behandlung von Ausländer*innen und die Wirksamkeit der Korruptionsbekämpfung. In jedem dieser Fälle war der Prozentsatz der negativen Antworten jedoch deutlich geringer als der der positiven Antworten und lag zwischen 7 und 12 Prozent. Es lässt sich also sagen, dass in Polen nach wie vor ein positives Deutschlandbild vorherrscht, auch wenn ein beträchtlicher Anteil der Befragten eine neutrale Meinung vertrat (Wert 3 auf der Skala) oder keine Antwort geben konnte.

Die Einstellung der Befragten zu den Deutschen als Gesellschaft kann ähnlich beschrieben werden. Die jüngsten Ergebnisse zeigen, dass 50 Prozent der polnischen Befragten mit den Deutschen sympathisieren, während nur 15 Prozent eine Abneigung gegen sie angeben. Noch optimistischer sind die Ergebnisse hinsichtlich der Einstellung zu Deutschen in bestimmten gesellschaftlichen Rollen. Mehr als 80 Prozent der Pol*innen hätten nichts dagegen, wenn ein*e Deutsche*r ihr*e Arbeitskollege*in oder Nachbar*in wäre oder in ihrer

Nähe wohnte. Selbst in Rollen, die mit Hierarchie in Verbindung gebracht werden, wie die einer bzw. eines Firmenchefin bzw. -chefs oder einer bzw. eines direkten Vorgesetzten, würde ein ähnlicher Prozentsatz der Pol*innen eine*n Deutsche*n akzeptieren. Dies gilt auch für emotional enge familiäre oder freundschaftliche Rollen wie Schwiegersohn/Schwiegertochter oder Freund*in, bei denen 80 Prozent der Pol*innen den Deutschen gegenüber aufgeschlossen sind.

Wo sind antideutsche Haltungen in Polen?

Über Jahre hinweg haben wir nach einer Antwort auf die Frage gesucht, ob es in Polen eine Gruppe von Menschen gibt, die man als „antideutsch“ bezeichnen könnte und an die die PiS oder andere rechte Parteien ihre antideutschen Botschaften richten würden. Um das Ausmaß der negativen Einstellungen zu ermitteln, haben wir die Umfrageergebnisse extrahiert, die auf eine Abneigung gegen Deutschland, seine Politik oder seine Gesellschaft hinweisen. Wichtig ist, dass keines der Frage-Antwort-Paare der Umfrage auf extrem negative Einstellungen wie Hass hinweist, sondern eher auf Ablehnung oder Missbilligung. So konnten die Befragten beispielsweise der Aussage „Die deutsche Wirtschaft entwickelt sich gut“, „Die Rechtsstaatlichkeit wird in Deutschland geachtet“ oder „Polen sollte eng mit Deutschland zusammenarbeiten“ nicht zustimmen oder sie stimmten ihnen gar nicht zu.

*Nur
eine sehr kleine Gruppe
von antideutschen
Befragten*

In der Umfrage von 2022, d. h. vor Beginn des eigentlichen Wahlkampfs, wurden 19 Aussagen in der Umfrage analysiert. Uns interessierte, wie viele polnische Befragte sich in allen 19 Fällen stark negativ über Deutschland geäußert haben. Unter den tausend polnischen Befragten befand sich nur eine solche Person. Als nächstes wurde ermittelt, wie viel Prozent der Befragten überwiegend negative Antworten gaben (d. h. eine negative Antwort auf mindestens 10 der 19 Fragen). Nur 4,5 Prozent der Befragten erfüllten diese Kriterien.

⁵ <https://www.barometr-polska-niemcy.pl/>

Betrachtet man jedoch die Slogans und den Ton der PiS-Rhetorik, so scheinen diese wenigen Prozent der antideutschen Wählenden dennoch entscheidend für die Form und die Botschaften der PiS-Kampagne (und ihrer Kommunikation im Allgemeinen) zu sein. Hierfür gibt es Gründe. Seit Jahren versucht die PiS sicherzustellen, dass sich keine bedeutende politische Kraft rechts von ihr etablieren kann. In den letzten Jahren sind sowohl Solidarna Polska (später umbenannt in Suwerenna Polska [Souveränes Polen]), der Koalitionspartner der PiS, als auch Konfederacja [Konföderation] zu Konkurrierenden auf der rechten Seite geworden.

So übertrafen sich PiS-Politiker*innen und ihre konkurrierenden Solidarna Polska-Kolleg*innen mit antideutscher Rhetorik, die wiederum von den PiS-freundlichen öffentlichen Medien eifrig aufgegriffen wurde.

Der Einfluss der öffentlich-rechtlichen Medien auf die Wahrnehmung der Befragten wird durch Daten gestützt, die zu den Wissensquellen der Befragten erhoben wurden. Unter denjenigen, die regelmäßig TVP INFO sahen, lag der Prozentsatz derjenigen, die Deutschland in mindestens 10 von 19 Fällen negativ bewerteten, bei 7 Prozent, verglichen mit weniger als 3 Prozent derjenigen, die TVP INFO selten sahen.

Die Auswirkungen der antideutschen Botschaften

Da der Prozentsatz der polnischen Befragten, die Deutschland kritisierten oder eine negative Haltung

gegenüber Deutschland zum Ausdruck brachten, in der jüngsten Umfrage so gering war, könnte man sich fragen, wie sich die antideutsche Botschaftskampagne insgesamt auswirkt, da sie anscheinend nur eine kleine Gruppe von Polen betrifft. Im Gegenteil, die Auswirkungen dieser Botschaften, die durch eine innerpolitische Logik motiviert sind, sollten eindeutig als gefährlich angesehen werden.

Erstens halten antideutsche politische Botschaften Vertreter*innen von Polens wichtigstem Partner in der Europäischen Union effektiv davon ab, in einen Dialog zu treten und gemeinsame Initiativen mit Polen zu ergreifen. Zweitens, auch wenn der Prozentsatz der „antideutschen“ Pol*innen derzeit marginal ist, werden regelmäßige Angriffe und Verunglimpfungen Deutschlands letztlich die langfristige Wahrnehmung beeinflussen. Laut Deutsch-Polnischem Barometer sind das Fernsehen (42 %) und Aussagen von Politiker*innen (40 %) neben der Schule (46 %) und Gesprächen mit der Familie (41 %) die am häufigsten genannten Quellen für das Wissen der Pol*innen über Deutschland. Daher haben die von diesen Quellen stammenden Botschaften einen realen Einfluss auf das Deutschlandbild in Polen. In den letzten Jahren ist der Prozentsatz der polnischen Befragten, die sich positiv über Deutschland äußern, zugunsten von „keine“ oder „neutrale“ Wahrnehmungen zurückgegangen. Wenn antideutsche Botschaften fortbestehen, könnten diese neutralen Ansichten über Deutschland mit der Zeit aktiv negativ werden. Infolgedessen wird dies die Zusammenarbeit und die Offenheit für die Lösung aufkommender Probleme durch Dialog behindern.

DREI ILLUSIONEN ÜBER DIE NIEDERLAGE DES POPULISMUS IN POLEN

Von Przemysław Sadura, Universität Warschau, Institut Krytyka Polityczna

*Anhänger*innen der liberalen Demokratie in ganz Europa feierten die Niederlage der PiS durch eine Koalition von Oppositionsparteien. Polen hat bewiesen, dass es nicht unmöglich ist, Populist*innen mit autoritären Tendenzen von der Macht zu entfernen. Die Analyse von Przemysław Sadura dämpft diesen Enthusiasmus, indem sie mit drei populären Mythen aufräumt. Eine große Mehrheit der PiS-Anhänger*innen hat ihre Partei nicht verlassen, und um neue Wähler*innen zu gewinnen, griff die demokratische Opposition in ihrer Kampagne auch auf populistische Mittel zurück, einschließlich der Vermittlung einiger leicht einwanderungsfeindlicher Narrative. Der Opposition gelang es, die Wahlen zu gewinnen und eine Regierungskoalition zu bilden, obwohl sie getrennt zu den Wahlen angetreten war. Die Unterschiede zwischen den Koalitionspartnern konnten bei den Themen, die für junge Menschen und Frauen am wichtigsten sind, am deutlichsten zutage treten. Schließlich kann die außerordentliche Mobilisierung der Wähler*innen nicht als dauerhafter Wandel angesehen werden. Ihr Interesse an Politik und Wahlen aufrechtzuerhalten, wird eine große Herausforderung für die neue Koalition bleiben. Przemysław Sadura ist Professor für Soziologie an der Universität Warschau und Leiter des Instituts Krytyka Polityczna.*

Einige Monate sind seit dem Ereignis vergangen, bei dem mehr als 11 Millionen polnische Bürgerinnen und Bürger zum Ausdruck brachten, dass sie in Polen eine neue Regierung wünschen, die von demokratischen Parteien gebildet wird, die in Opposition zur rechtspopulistischen Prawo i Sprawiedliwość (PiS) [Recht und Gerechtigkeit] stehen. Das ist noch zu wenig Zeit, um vollständig beurteilen zu können, was am 15. Oktober 2023 tatsächlich geschehen ist. Aber was wir glauben, dass passiert ist, ist nur eine Illusion. In diesem Text möchte ich mich auf die Bedeutung der jüngsten Wahlen aus einer soziologischen Perspektive konzentrieren. Bedeutet der Sieg der Opposition, dass wir das Fieber des Populismus überwinden konnten oder läutet er eine völlig neue Wendung ein?

Die Fakten der Wahlen im Oktober 2023

Lassen Sie uns zunächst in Erinnerung rufen, was wir aus den Daten der polnischen Nationalen Wahlkommission und den Ergebnissen der Auszählungen wissen. Bei den Parlamentswahlen am 15. Oktober 2023 erhielt die Regierungspartei PiS mit 35,4 Prozent der Wählerstimmen die höchste Zustimmung. Die Mehrheit der Sitze im Sejm wurde jedoch von den demokratischen Parteien gewonnen. Donald Tusk und seine, von der Plattform Obywatelska (PO) [Bürgerplattform] angeführte,

Koalition überzeugten 30,7 Prozent der Wähler*innen, der gemäßigt konservative Trzecia Droga (TD) [Dritter Weg], der sich aus der Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL) [Polnische Bauernpartei] und Polska 2050 [Polen 2050] mit Szymon Hołownia zusammensetzt, 14,4 Prozent und die Nowa Lewica (NL) [Neue Linke] 8,6 Prozent. Dies ergab 248 Sitze im 460 Sitze zählenden Sejm, was die Bildung einer Mehrheitsregierung der Demokratischen Koalition ermöglichte. Die rechtsextreme Konfederacja [Konföderation] – eine bunte Koalition aus Frauenhasern, Neoliberalen, katholischen Fundamentalisten und normalen Schwachköpfen – erhielt nur 7,14 Prozent.

Große Wählerströme innerhalb des demokratischen Blocks

Wie von Soziolog*innen vorhergesagt, war es nicht der Wählerstrom zwischen der PiS und den demokratischen Oppositionsparteien, der sich entscheidend auf die Entmachtung der Regierungspartei auswirkte. Die Regierungspartei verlor zwar fast 12 Prozent ihrer Wähler*innen von 2019 (die meisten, 3,5 Prozent, gingen an den TD), doch innerhalb des demokratischen Blocks waren weitaus größere Bewegungen zu verzeichnen. So verlor die Nowa Lewica mehr als 40 Prozent der linken Wählerschaft von 2019, die vor allem Tusks PO

und dem TD zuzuflossen. Die Nowa Lewica schnitt weniger gut ab als 2019, als sie 12,56 Prozent gewann und 49 Sitze gegenüber den jetzigen 26 Sitzen hatte. Ihr Erfolg besteht darin, dass sie nach fast zwanzig Jahren in der Opposition wieder Teil einer Regierungskoalition geworden ist.

Der eigentliche politische Wendepunkt bei den polnischen Wahlen war die Rekordwahlbeteiligung. Sie lag 2023 bei 74,38 Prozent, verglichen mit 61,74 Prozent im Jahr 2019 – das beste Ergebnis in der Geschichte der Wahlen in Polen. Bei der letzten Wahl wurden 3.125.964 Stimmen mehr abgegeben als vier Jahre zuvor. Das Mobilisieren der Nichtwähler*innen von 2019 hat den Demokrat*innen 2023 den Sieg beschert. Die von Donald Tusk angeführte PO überzeugte mehr als 30 Prozent von ihnen, der TD 18 Prozent, während die PiS nur 15,5 Prozent erreichte. In der Endabrechnung hatten die Demokrat*innen 2.640.266 Wähler*innen mehr als vier Jahre zuvor, während Kaczyńskis Nationalpopulist*innen 411.000 Stimmen weniger erhielten als noch 2019.

Rekord-Wahlbeteiligung war der Wendepunkt

Der größte Sprung in der Wahlbeteiligung wurde bei den jüngsten (18-29 Jahre) männlichen und vor allem weiblichen Wähler*innen verzeichnet. Im Laufe von vier Jahren stieg der Anteil der Wähler*innen in dieser Altersgruppe von 46 auf 71 Prozent (sic!). Obwohl die älteren Generationen eher bereit waren, zur Wahl zu gehen, und die 50-Jährigen den absoluten Rekord brachen, ist der Anstieg der Wahlbeteiligung gerade in der Gruppe der jüngsten Wähler*innen am größten. Außerdem ist der Anteil der jüngsten Wähler*innen höher als in der ältesten Gruppe (60+), die eine Bastion der PiS war. Zum ersten Mal bei einer Parlamentswahl in Polen war die Wahlbeteiligung der Frauen in allen Altersgruppen außer der Gruppe 60+ höher als bei den Männern. Eine besonders hohe Mobilisierung war bei den 30- und 40-jährigen Frauen zu verzeichnen. Im Vergleich zu den Männern stimmten die Frauen viel häufiger für die PO und die Nowa Lewica, aber deutlich seltener für die rechtsextreme Konfederacja. Bei den männlichen und weiblichen Wähler*innen unter 40 Jahren verlor die PiS deutlich.

Illusion Nr. 1: Am 15. Oktober 2023 endete in Polen der Populismus

Die These, dass der Populismus in Polen am 15. Oktober endete, weil die Menschen aufgewacht sind und die PiS-Partei verlassen und demokratische Parteien gewählt haben, hält einer Konfrontation mit der Realität nicht stand. Das Erwachen war nicht massiv und dem Populismus geht es gut.

Die überwältigende Mehrheit der nationalpopulistischen Wähler*innen blieb ihrer Partei treu und akzeptierte ihren Regierungsstil. Dieser Stil bestand in der schrittweisen Demontage der demokratischen Institutionen, der Verletzung der Verfassung und der Unabhängigkeit der Justiz, dem Zerwürfnis Polens mit der EU und seinen Nachbarstaaten, der Verletzung der Rechte von Minderheiten, dem Missbrauch von Gewalt im Umgang mit widerspenstigen Bürgerinnen und Bürgern sowie der Verbreitung von Vernetzung und Korruption. Wie ich in dem Buch „Populistische Gesellschaft“¹, das ich zusammen mit Sławomir Sierakowski kurz vor den Wahlen veröffentlicht habe, gezeigt habe, hielten einige an der PiS fest, weil sie fanatischen Anhänger*innen sind, andere, weil das ihr rationale Kalkül war („sie stehlen wie alle anderen, aber teilen wenigstens wie niemand sonst“). Die PiS hat verloren, und einige dieser bisher weniger ideologischen Anhänger*innen von Kaczyńskis Partei wechseln langsam zu den neuen Parteien an der Macht.

Die Opposition setzt die Maske des Populismus auf

Die Wähler*innen haben nicht eindeutig eine Kampagne abgelehnt, die auf Hasstiraden und Versprechungen von großzügigen Wahlgeschenken basierte. Sie haben für demokratische Kräfte gestimmt, die sich notgedrungen eines populistischen Wahlkampfstils bedient haben. Die Oppositionspolitiker*innen haben aus taktischen Gründen die Maske des Populismus aufgesetzt. Die demokratische Opposition zögerte nicht, an die Anti-Einwanderungs-Stimmung zu appellieren und die Machthabenden und ihre Hinterbänkler*innen auf sehr brutale und aggressive Weise anzugreifen. Der Unterschied bestand darin, dass die demokratischen Parteien,

¹ Przemysław Sadura, Sławomir Sierakowski, „Społeczeństwo populistów“, veröffentlicht durch Krytyka Polityczna, Warschau 2023.

je näher das Ende des Wahlkampfes rückte, umso eher bereit waren, die Politik des Hasses mit der Politik der Liebe zu verflechten. In der Schlacht um die (vor allem Sozial-)Versprechen der Koalition garantierte die PiS, dass „nichts, was bisher gegeben wurde, wieder weggenommen wird“, und kündigte zudem neue Wahlversprechen an.

Die Demokrat*innen haben die Schlacht gewonnen, aber nicht den Krieg. Die PiS bleibt eine starke und brutale Opposition, die in vielen Institutionen verankert ist. Sie behindert den liberal-demokratischen Übergang, indem sie die neue Mehrheit zwingt, am Rande der Legalität zu spielen, und manchmal auch darüber hinweg. Auch wenn die Gefahr einer baldigen Rückkehr der PiS an die Macht nicht groß ist, bleibt das Risiko einer Rückkehr zu einem populistischen Regierungsstil hoch.

Illusion Nr. 2: Die Demokrat*innen haben gewonnen, weil sie getrennt zur Wahl gegangen sind

Ein weiterer Mythos ist der Glaube, dass die demokratische Opposition die Wahlen gewonnen hat, weil sie, anders als in Ungarn, nicht geschlossen, sondern getrennt zu den Wahlen angetreten ist. Wir können nicht wissen, was passiert wäre, wenn stattdessen eine gemeinsame Wahlliste der demokratischen Opposition gebildet worden wäre. Umfragen vor den Wahlen haben gezeigt, dass sie bessere Erfolgschancen gehabt hätte. Die einzige Tatsache ist, dass die Demokrat*innen die Wahlen gewinnen konnten, obwohl sie nicht geschlossen angetreten sind.

*Die Demokrat*innen gewannen trotz der Tatsache, dass sie nicht vereint waren*

Die Umfragen haben gezeigt, dass der Zusammenschluss der demokratischen Parteien den Erwartungen der Wähler*innen entsprechen, eine Prämie bei der Umwandlung von Stimmen in Sitze nach dem D'Hondt-Verfahren einbringen und darüber hinaus den so genannten „Leader-Effekt“ (Wähler*innen schließen sich den in den Umfragen führenden Parteien an) auslösen würde. Ihr größter Vorteil war jedoch, dass sie an die größte Emotion appellierten, die die Wähler*innen aufgrund der politischen Polarisierung mobilisierte: PiS

und Anti-PiS, wobei gleichzeitig das Szenario eines Bruderkampfes innerhalb des demokratischen Lagers um die Stimmen der anti-populistischen Wähler*innen verhindert werden konnte.

Glücklicherweise haben die Führer*innen der demokratischen Opposition gegen Ende des Wahlkampfes einen anderen Weg als eine gemeinsame Wahlliste gefunden, um die Aggressionen innerhalb des demokratischen Lagers zu verringern. Sie haben gezeigt, dass Vielfalt in der Einheit den Zusammenhalt nicht bedroht. Sie hielten sich an die Regeln des Fair Play, ohne zuzulassen, dass sich die Rivalität zwischen nahestehenden Parteien zu einem verheerenden Krieg ausweitete.

Ob die Einigkeit auf einer so unsicheren Grundlage in Zukunft ausreicht, bleibt offen. Kommunalwahlen, Europawahlen und die Präsidentschaftswahlen im nächsten Jahr stehen vor der Tür. Wird es der demokratischen Koalition gelingen, den Zusammenhalt und eine hohe Mobilisierung der jüngeren und älteren Wähler*innen aufrechtzuerhalten? Wir wissen, dass sich die Einstellungen der jungen Menschen von denen der älteren Generation stark unterscheiden. Die jungen Menschen, die zu den Wahlen gegangen sind, die für die demokratische Opposition gestimmt und ihr eine Mehrheit verschafft haben, sind in Fragen der Weltanschauung viel progressiver. Sie erwarten eine Liberalisierung der Abtreibungsgesetze, einen normalen, d. h. dem übrigen Europa entsprechenden Zugang zu Verhütungsmitteln und die Achtung der Rechte von LGBT-Personen nach europäischem Standard. Es bleibt abzuwarten, ob die neue Mehrheit bei der Umsetzung dieser Änderungen konsequent sein wird.

Illusion Nr. 3: Hinter dem Wahlsieg steht ein unerwarteter Wertewandel und eine anhaltende Mobilisierung der demokratischen Wählerschaft

Der Anstieg der Wahlbeteiligung und der Mobilisierung, insbesondere bei Frauen und Jugendlichen, wird als eine dauerhafte Einbeziehung dieser Menschen in die Politik interpretiert. Bislang waren sie nicht an öffentlichen Angelegenheiten interessiert, haben sich aber nun endlich in die Reihen der Demokrat*innen eingereiht. Dies lässt auf einen grundlegenden Wertewandel schließen, der den demokratischen Parteien zum Sieg verholfen hat. Ministerpräsident Donald Tusk hat die Schaffung einer

neuen gesellschaftlichen Einheit proklamiert, die die „Generation des 15. Oktober“ sein soll.

*Zwei unterschiedliche Gruppen von Neuwähler*innen*

Wenn dies der Fall wäre, wäre der Sieg bei der nächsten Wahl sicher. Dies ist jedoch nicht der Fall. In den letzten Dezemberwochen hat mein Team am Institut „Krytyka Polityczna“ Untersuchungen über die Wählerschaft der demokratischen Parteien durchgeführt. Wir haben uns vor allem mit den jüngsten Wählern und Wählerinnen beschäftigt. Ihre Haltungen sind sehr unterschiedlich. Grob gesagt kann man jedoch von zwei verschiedenen Gruppen von Neuwähler*innen sprechen.

Bei der ersten Gruppe handelt es sich vor allem um junge Frauen. Ein prägendes Ereignis war für sie die Teilnahme an den Protesten nach der Verkündung des Verfassungsgerichtsurteils von Julia Przyłębska, welches das Recht auf Abtreibung stark einschränkte. Diese Proteste bezeichnen sie in Interviews als ihr politisches Erwachen. Für die jungen Menschen, die damals massenhaft auf die Straße gingen, nicht nur in den Großstädten sondern auch in den Kleinstädten, war es eine große Lektion in Sachen Demokratie. Sie sahen einander, sie zählten sich selbst und spürten ihre Macht. Die jungen Leute dieser Gruppe distanzieren sich oft von Donald Tusk. Für sie sind er und die anderen Führer des demokratischen und des antedemokratischen Lagers (Hołownia, Duda und Morawiecki) eine Generation älterer Herren mit Unterschieden, die aber angesichts der Gemeinsamkeiten nicht groß sind. Für diese Gruppe von Wählerinnen sind die wichtigsten Themen Abtreibung, Frauen- und LGBT-Rechte, psychische Gesundheit und Klima. Es handelt sich eher um die Generation des Frauenstreiks als um die Generation der Wahlen vom 15. Oktober.

Die zweite Gruppe mobilisierter Frauen und junger Menschen sind diejenigen, die durch Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit und zur Förderung der Wahlbeteiligung sowie durch die Art und Weise der Teilnahme an der Wahl angelockt wurden. Von der Batory-Stiftung² veröffentlichte Untersuchungen, aber auch

eine von mir in Auftrag gegebene Ipsos-Umfrage³ zeigen, dass überparteiliche Mobilisierungskampagnen eine große Reichweite und einen erheblichen Einfluss auf die Wähler*innen hatten. Die Ipsos-Umfrage zeigt, dass Personen, die die Hauptzielgruppe dieser Kampagnen waren (d. h. junge Menschen im Alter von 18 bis 29 Jahren und Frauen im Alter von 18 bis 39 Jahren), deutlich häufiger angaben, dass sie mit diesen Kampagnen in Kontakt gekommen sind. Dies ist eine weitere Bestätigung dafür, dass die Kampagnen gezielt eingesetzt wurden (sie waren für die Zielgruppen sichtbar und nicht für andere).

Keine Garantie für eine erneute hohe Wahlbeteiligung

Allerdings sollte man daraus nicht den Schluss ziehen, dass wir hier mit einer erfolgreichen Mobilisierung die jahrelange Vernachlässigung der politischen Bildung wettgemacht und hinter uns gebracht haben. Die Ergebnisse der von Ipsos durchgeführten Untersuchungen geben eine klare Antwort auf die Frage, ob die hohe Wahlbeteiligung eine Garantie für eine Wiederholung dieser Ergebnisse bei den Kommunal- und Europawahlen bedeutet. Die Wahlbeteiligung lag in der Gruppe der 18- bis 29-jährigen Frauen bei 71,5 Prozent und in der Gruppe der 30- bis 39-Jährigen bei 77,3 Prozent und damit in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen sogar um die Hälfte (25 Prozentpunkte) höher als vor vier Jahren. Einige Wochen später war die Bereitschaft zur Teilnahme an den Kommunal- und Europawahlen wieder annähernd so hoch wie vor vier Jahren. Zum Beispiel: 33 Prozent der 18- bis 29-Jährigen erklären, dass sie auf jeden Fall an der Europawahl teilnehmen wollen, während 25 Prozent sagen, sie würden „eher teilnehmen“. Ein hohes oder sehr hohes Interesse an der Politik bekunden 26% der jungen Leute. Außerdem erklären Männer doppelt so häufig wie Frauen, dass sie sich für Politik interessieren.

Die Re-Mobilisierung von Frauen und Jugendlichen, ohne die es keinen Erfolg für die demokratischen Parteien gegeben hätte, ist die Herausforderung für die Regierungskoalition. Das wird eine große Aufgabe und ein großer Test sein. Die neue Regierung hat einen Vertrauensvorschuss erhalten, aber im Moment sieht es wie ein einmaliger Kredit aus.

2 Jaworska-Surma A., (Zusammenarbeit mit Bendyk E., Gutkowski S.), *Fenomen wyborczej mobilizacji Przyczyny rekordowej frekwencji podczas wyborów parlamentarnych 2023 – wnioski z badań*, Stefan-Batory-Stiftung.

3 Ipsos-Umfrage im Auftrag der SWPS University und der Field of Dialogue Foundation, Bericht in Vorbereitung.

Zusammenfassung: Was können wir bei den nächsten Wahlen erwarten

Vieles deutet darauf hin, dass der TD – der konservative Teil der demokratischen Koalition – nicht beabsichtigt, Projekte zu unterstützen, die auf die Legalisierung von Abtreibung und die Gleichstellung von LGBT abzielen. Dies sollte die Einheit der demokratischen Koalition bei den Kommunalwahlen und den Wahlen zum Europäischen Parlament im April und Juni 2024 nicht erschüttern. Der vorherrschende Konflikt wird der zwischen Anti-PiS und PiS sein. Langfristig ist der liberalen Demokratie jedoch mit einem Streit zwischen den heutigen Verbündeten mehr gedient als mit einer vorge-täuschten Einigkeit.

Differenzen innerhalb des demokratischen Lagers müssen artikuliert werden

Die liberale Demokratie ist ein System, das es den Bürger*innen ermöglicht, die Unterschiede, die sie trennen, zum Ausdruck zu bringen: unterschiedliche Werte, gegensätzliche Interessen und unterschiedliche

Vorstellungen von der sozialen Ordnung. Diese Unterschiede müssen artikuliert werden. Wichtig ist nur, dass sie unter Wahrung der demokratischen Regeln artikuliert werden. Das bedeutet, die rivalisierenden politischen Kräfte als Gegner*innen und nicht als Todfeind*in zu behandeln. Der politische Wettbewerb findet innerhalb der Grenzen des Rechts statt, das keine Seite verletzt. Bereiche, die für den Fortbestand eines demokratischen Staates und einer demokratischen Gesellschaft sensibel sind, werden von der Konfrontation ausgeschlossen.

Die Präsidentschaftswahlen 2025 werden eine gute Gelegenheit sein, uns an diese Grundsätze zu erinnern. Dank der zwei Wahlgänge können die demokratischen Kräfte dort mehrere Kandidat*innen aufstellen und gegebenenfalls im zweiten Wahlgang ihre Reihen schließen. Wenn in der zweiten Runde demokratische Kandidat*innen mit unterschiedlichen Einstellungen zu Themen, die für Frauen und junge Menschen wichtig sind, gegeneinander antreten und die für die PiS kandidierende Person an den Rand gedrängt wird, können die Pol*innen entscheiden, was für eine Präsidentin bzw. für einen Präsidenten sie wollen. Erst dann wird man sagen können, dass die Bühne des Populismus in Polen geschlossen ist.

POLEN UND UNGARN: ZWEI WAHLEN MIT UNTERSCHIEDLICHEM AUSGANG

Von **Ernst Hillebrand**, Friedrich-Ebert-Stiftung Budapest

Im Jahr 2022 richteten sich alle Augen auf die ungarischen Parlamentswahlen. Zur Enttäuschung der liberalen Welt hat Viktor Orbán erneut gewonnen. Polen und Ungarn wurden oft in einen Topf mit „illiberalen Demokratien“ geworfen, wobei Viktor Orbán und Jarosław Kaczyński die Idealtypen des Rechtspopulismus verkörpern. Wie kommt es, dass die polnische Opposition das geschafft hat, was der ungarischen Opposition nicht gelungen ist? In diesem Aufsatz werden beide Wahlkämpfe unter die Lupe genommen, um sie zu vergleichen und gleichzeitig zu erklären, warum „Polen nicht Ungarn ist“ und Kaczyński in der Tat ein ganz anderer Typus von Führer als Orbán ist. Ernst Hillebrand ist derzeit Leiter des Büros der Friedrich-Ebert-Stiftung in Budapest. Zuvor war er Leiter des Referats Internationale Politikanalyse der Stiftung, des Referats Mittel- und Osteuropa und Leiter der Büros in Warschau, Paris, London und Rom.

Im Frühjahr 2022 fanden in Ungarn, im Herbst 2023 in Polen Parlamentswahlen statt. In vielerlei Hinsicht fanden diese Wahlen unter ähnlichen politischen und ökonomischen Vorzeichen statt. Und in beiden Fällen ging es um Abwahl oder Bestätigung zweier dezidiert EU-kritischen Regierungen. Der Ausgang dieser beiden Wahlen war allerdings völlig verschieden: Während in Polen die Opposition einen klaren Sieg feiern konnte, gewann in Ungarn die Regierungspartei Fidesz erneut eine Zweidrittelmehrheit im Parlament.

Ähnliche Schirmherrschaft, grundlegend unterschiedliche Ergebnisse

Wie kann man diesen unterschiedlichen Ausgang erklären? Vergleiche dieser Art sind immer schwierig: jedes Land, um Tolstoi zu paraphrasieren, ist nun mal auf seine eigene Art unglücklich. Und Polen und Ungarn sind in vielerlei Hinsicht sehr unterschiedliche Länder – nicht zuletzt auch im Hinblick auf das Ausmaß des „state capture“ durch die (frühere) Regierungspartei.

Dennoch ist es reizvoll, diese beiden Urnengänge zu vergleichen – gerade auch deswegen, weil in westeuropäischen und deutschen Medien Polen und Ungarn in den letzten Jahren immer gerne in den selben „rechtspopulistischen“ und „autoritären“ Topf geworfen wurden. Für beide Länder wurde gerne bezweifelt, dass ein demokratischer Wechsel überhaupt noch möglich sei.

Die Mobilisierung macht den Unterschied

Beginnen wir beim Versuch der Erklärung mit dem unmittelbar Offensichtlichen: die Dynamik der Wahlbeteiligung und deren Auswirkungen auf Regierungs- und Oppositionslager. In Polen kam es zu einem Sprung in der Wahlbeteiligung von 61,74 auf 74,38 Prozent. Diese zusätzlichen drei Millionen Stimmen kamen fast ausschließlich der Opposition zugute. Trotz der deutlich gestiegenen Wahlbeteiligung erhielt die PiS in etwa dieselbe Anzahl von Stimmen wie vier Jahre zuvor. In Ungarn blieb die Wahlbeteiligung mit 70,21% dagegen relativ stabil. Auch hier erhielt Fidesz – bei leichten Zuwächsen – eine ähnliche Anzahl von Stimmen wie bei den vorherigen Wahlen. Dagegen fiel der Stimmanteil der in einer gemeinsamen Liste angetretenen linken und zentristischen Opposition um mehr als zehn Prozent: Mehr als ein Viertel der Wähler*innen, die 2018 eine der Parteien der gemeinsamen Oppositionsliste gewählt hatten, blieben im April 2022 zuhause. Während die polnische Opposition neue Wähler*innen mobilisieren konnte, verlor die ungarische Opposition sogar einen beträchtlichen Teil ihrer alten.

Wie kann man diese unterschiedliche Mobilisierungsdynamiken erklären? Drei Faktoren erscheinen entscheidend: die Frage der Organisation der Oppositionskräfte, die Figur der Spitzenkandidaten und die Fähigkeit der Parteien, die Stimmung der Bevölkerung zu interpretieren und zu bedienen. Beginnen wir auch hier mit dem

am klarsten zu erkennendem Unterschied: In Ungarn trat die Opposition mit einer Einheitsliste „Gemeinsam für Ungarn“ an. Das dort vereinte Spektrum reichte von einigermaßen links (Grüne) über die linke Mitte (MSZP und DK) bis ziemlich weit rechts (Jobbik). Nur in dieser Formation, so die These, könne der Stärke der Fidesz in den im ungarischen Wahlsystem entscheidenden Einzelwahlkreisen etwas entgegengestellt werden.

Auch in Polen hatten liberale Medien und die von der Platforma Obywatelska (PO) [Bürgerplattform] angeführte Koalicja Obywatelska [Bürgerkoalition] lange auf die Schaffung einer Anti-PiS-Einheitsfront der „demokratischen Opposition“ gedrängt. Zu dieser kam es aber nicht, da die kleineren Parteien darin eine Art „Vasallisierungsstrategie“ der unter Donald Tusk wieder erstarkten Koalicja Obywatelska sahen. Der pluralistische Charakter des Oppositions-Angebots hat sich vermutlich am Wahltag ausgezahlt. Die Konstellation weltanschaulich unterschiedlicher, aber in ihrer Gegnerschaft zur PiS geeinten Oppositionsparteien bot den Wähler*innen die Chance, eine punktgenaue Entscheidung zugunsten eines spezifischen politischen und ideologischen Richtungsangebots zu treffen.

Eine einheitliche Oppositionsliste in Ungarn

In Ungarn kam es dagegen zu einer massiven Demobilisierung der Wählerschaft der Opposition: Die Vorstellung, im Namen eines übergeordneten Ziels – Orbán abwählen – für Parteien stimmen zu müssen, für die man unter Umständen sein ganzes Leben lang eine tiefe Abneigung gehegt hatte, erwies sich für viele Wähler*innen als nicht attraktiv. Vor allem in Wahlkreisen, in denen 2018 Jobbik stark gewesen war, kam es zu einem deutlichen Rückgang der Wahlbeteiligung. Aber auch linke Wähler*innen blieben zuhause, weil sie keine konservativen Kandidat*innen unterstützen wollten. Auch inhaltlich sprach die Kampagne der Opposition dezidiert linke Wähler*innen kaum an.¹ Programatisch-inhaltliche Faktoren spielten denn auch bei der Motivation der ungarischen Oppositionswähler*innen 2022 nur eine untergeordnete Rolle: Das mit Abstand wichtigste Motiv zur Stimmabgabe, so Analysen der Central European University, war der Wunsch, die

Fidesz-Regierung abzuwählen.² Auch in Polen war der Wunsch, die PiS-Regierung abzuwählen, ein zentraler Motivationsfaktor für die Wähler*innen der verschiedenen Oppositionsparteien – hier aber gemischt mit durchaus ähnlich starken programmatischen und inhaltlichen Motiven.³

Kandidat*innen sind wichtig

Ein weiterer wichtiger Faktor dürften die Spitzenkandidat*innen der Opposition gewesen sein. Wahlen im Medienzeitalter sind Persönlichkeitswahlen, in denen die Spitzenkandidat*innen zu zentralen Mobilisierungsfaktoren werden. In Polen war dieser Spitzenkandidat – der potentielle Regierungschef auf Seiten der Opposition – Donald Tusk. Ein Mann mit einer langen politischen Karriere, langjähriger Ministerpräsident und Vorsitzender des Europäischen Rats, in der europäischen und internationalen Politik bestens verdrahtet und mit einem liberal-konservativen Hintergrund zentral im politischen Spektrum des Landes verortet. A safe pair of hands, sozusagen, dessen lange politische Karriere jeglichen Amtsbonus seines PiS-Gegenspielers Mateusz Morawiecki spielend kompensieren konnte.

Ganz anders das Bild in Ungarn: Nach (durchaus erfolgreichen) Vorwahlen im Oppositionsbündnis setzte sich keine*r der beiden ursprünglich als Favorit*innen gehandelten Kandidat*innen durch. Vielmehr gewann ein Außenseiter die Vorwahlen: Péter Márki-Zay, ein als konservativ geltender Bürgermeister einer relativ kleinen Kommune in Südungarn. In einem strukturell konservativen Land wie Ungarn, so das Argument, sei ein als konservativ wahrgenommener Kandidat eher in der Lage, Wechselwähler*innen zu mobilisieren und enttäuschte Fidesz-Anhänger*innen ins Oppositionslager zu ziehen. Mitten in der schwierigsten Krisenkonstellation der Nachkriegszeit in Europa präsentierte die ungarische Opposition den Wähler*innen die Wahl zwischen einem Provinzbürgermeister ohne Partei, Machtbasis und Regierungserfahrung und einem der dienstältesten (und gerissensten) Politiker Europas, der zudem aus der Position des Amtsinhabers heraus operieren konnte. Es

¹ Andras Biro-Nagy, *Lessons to be learned from Hungary's Opposition Alliance*, Policy Solutions, Budapest 2022.

² Rezsicsökkentés, adó-visszatérítés, háború, Orbán szeretete – ezért szavaztak a Fideszre, Telex.hu, 3.6.2022, (übersetzt mit DeepL), <https://telex.hu/belfold/2022/06/03/enyedi-zsolt-szabo-andrea-post-election-kutatasi-elemzes-sorozat-harmadik-resz>

³ CBOS, Polish Public Opinion, 10/2023.

braucht viel Gottvertrauen, um zu glauben, dass so etwas gut gehen kann.

Und es ging auch nicht gut. Die Kampagne der Oppositionsparteien war, so die Analyse eines der Oppositionsdurchaus zugeneigten ungarischen Think Tanks, ein weitgehender Flop: „The opposition campaign lacked coordination, unity of purpose and messaging, while it hammered away at issues that passed by the everyday realities of many voters. [...] the major flaw was a lacking focus on the issues that truly matter to many demographics outside the core opposition electorate.“⁴

Donald Tusks harte Haltung zur Einwanderung

Letzteres hat Donald Tusk deutlich besser gemacht – nicht zuletzt dadurch, dass er das wichtigste Mobilisierungsthema des Rechtspopulismus im Laufe der Wahlkampagne weitgehend entschärfte: das Migrationsthema. Seine relativ harten Positionierungen bezüglich der Zuwanderung, – unterstützt durch den Glaubwürdigkeitsverlust, den die PiS durch den Visa-Skandal bei ihrem zentralen Mobilisierungsthema erlitt – machten vermutlich erst den Weg zu jener asymmetrischen Mobilisierung der Wählermilieus frei, die der polnischen Opposition den Sieg brachte.

Tiefere Gründe

Soweit der Bereich des Taktischen und des Situativen. Hieraus lässt sich das Wahlergebnis in Polen aber alleine nicht erklären. Der Autor dieser Zeilen ist der festen Überzeugung, dass die PiS die Wahlen nicht aufgrund der Auf- und Abs der Wahlkampagne verloren hat, sondern schon viel früher. Der Schlüsselmoment dieser Wahlen lag nicht im Herbst 2023, sondern im Herbst 2020.

Am 23. Oktober dieses Jahres schaffte das PiS-treue Verfassungsgericht die ohnehin sehr restriktiven Abtreibungsmöglichkeiten in Polen weitgehend ab. Die Urteilsbegründung folgte bei der Definition des verfassungsmäßig zu schützenden „menschlichen Lebens“ der Interpretation der katholischen Kirche, die den

Beginn des menschlichen Lebens mit dem Moment des Andockens des Spermiums an der Eizelle festsetzt. Das Urteil trieb Hunderttausende von Menschen wochenlang auf die Straßen, quer durch alle sozialen Milieus und im ganzen Land. Und bei diesen Protesten ging es eben nicht um die ca. 1.100 Abtreibungen jährlich, die auf der Basis der vom Verfassungsgericht kassierten Paragraphen in den Jahren davor in Polen durchgeführt worden waren. Sondern um eine elementare Frage des Lebensgefühls westlicher post-moderner Gesellschaften: um die Frage nach individueller Selbstbestimmung und Freiheit, um die Frage, in wie weit sich Institutionen, Staat und Kirche in die Privatsphäre und Lebensentscheidungen der Menschen einmischen dürfen. Die jungen Wähler und Wählerinnen haben der PiS diese staatliche Einmischung in ihr Privatleben und ihre Lebensplanung nicht verziehen: Im Oktober 2020 brachen die Unterstützungswerte der PiS innerhalb weniger Wochen von 44% auf 36% ein und haben sich seither nie wieder erholt.⁵ Die Abrechnung erfolgte schließlich am 15. Oktober 2023, als die jungen Wählerinnen und Wähler massiv gegen die PiS stimmten.⁶

No country for an old man

In gewisser Hinsicht ist die PiS bei den Wahlen im Herbst 2023 Opfer ihres eigenen Erfolgs geworden. Denn die soziale und wirtschaftliche Bilanz ihrer Regierungszeit ist durchaus beeindruckend: Um satte 33%, so Mateusz Morawiecki in seiner letzten Rede im Sejm als Premierminister, ist die Wirtschaft Polens in den acht Regierungsjahren der PiS gewachsen. Der Gini-Index gesellschaftlicher Ungleichheit ist im selben Zeitraum dank einer aktiven Sozial- und Fiskalpolitik um 10 Prozentpunkte gefallen, ein in Europa in der jüngsten Zeit fast einzigartiger Rückgang.⁷

Aber genauso rapide, wie sich in diesen Jahren des Booms die Skyline Warschaws veränderte, veränderte sich auch die polnische Gesellschaft: Sie wurde wohlhabender, säkularer, westlicher. Polen ist immer

⁴ Policy Solutions, *Hungarian Politics in 2022*, Budapest 2023, p.23 and 26.

⁵ <https://www.politico.eu/europe-poll-of-polls/poland/>. Die Entwicklung in Polen steht auch keineswegs alleine. In den USA führte die Entscheidung des Supreme Courts, „Roe v. Wade“ aufzuheben, ebenfalls zu einem elektoralen backlash zugunsten der Demokraten bei den Mid-term-elections 2022.

⁶ Łukasz Pawłowski, *Wyborcy bali się polexitu*, Plus Minus/Rzeczpospolita, 17.11.2023.

⁷ <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tessi190/default/table?lang=en>.

noch konservativer und religiöser, aber die Entwicklung verläuft grundsätzlich nicht anders als in anderen westlichen Ländern. Der Wertewandel Richtung hoch-individualistischer und säkularisierter Gesellschaft vollzieht sich in großer Geschwindigkeit.⁸

*Eine mehr säkulare,
individualistische und verwestlichte
polnische Gesellschaft*

Für dieses jüngere, sich modernisierende Polen hatte die von dem 73-jährigen Jarosław Kaczyński geführte PiS am Schluss keine Botschaft mehr. Die alten, aus den Traumata der Vergangenheit schöpfenden Mobilisierungsthemen finden immer weniger Resonanz: Dies gilt für den spezifischen Anti-Germanismus Kaczyńskis ebenso wie die Kampagnen gegen angebliche post-kommunistische Seilschaften in Justiz, Medien und Verwaltung, für die Warnungen vor einer anti-polnischen „Achse Berlin-Moskau“ ebenso wie für die bedingungslose Nähe zu einer reaktionären katholischen Kirche, in der Fragen nach Macht-, Amts- und Sexualmissbrauch tabu sind. Die jungen Polen und Polinnen haben keine Angst vor Deutschland und sie fürchten auch kein „Viertes Reich“ in Berlin. Die EU ist für sie in erster Linie ein persönlicher Chancenraum und kein anti-polnisches Imperium. Die Dauerkonfrontation mit den Nachbar*innen und den europäischen Partner*innen erscheint dieser Generation eher absurd und die Vorstellung, dass die Kirche ihr Privat- und Sexualleben bestimmen soll, mehrheitlich immer weniger akzeptabel.⁹

Was lehrt uns das alles?

Für die europäische Debatte ist eines wichtig zu verstehen: In Polen ist nicht etwa ein moderner Rechtspopulismus gescheitert, sondern eine Art Paleo-Konservatismus, der mental weitgehend im vergangenen Jahrhundert stecken geblieben ist. Die PiS war ohnehin nie eine echte rechtspopulistische Partei gewesen, sondern eine traditionalistische, hart wertegebunden national-konservative Partei, deren Ideologie

und Wertevorstellungen denen der westeuropäischen Christdemokratie der unmittelbaren Nachkriegszeit sehr ähnlich waren und sind.¹⁰ Populistisch war vielleicht die Form, kaum aber die Substanz.

*Abkopplung von einer
sich schnell
verändernden Gesellschaft*

Viktor Orbán ist mit seinem beweglichen politischen Lebensweg von einem liberalen Studentenfürher, kirchenfernen „Agnostiker“ und Open-Society-Stipendiaten über einen EVP-Parteiführer zum Advokaten einer christlich geprägten „illiberalen“ Demokratie viel eher ein Vertreter des modernen Rechtspopulismus als Jarosław Kaczyński. Und er hat vergleichbare Fehler bisher nicht gemacht. Trotz der langjährigen 2/3-Mehrheit der Fidesz im Parlament wurde beispielsweise das seit 1992 in Ungarn geltende liberale Abtreibungsrecht nicht ernsthaft angegriffen. Als instinktsicherer Populist hat Orbán im Wahlkampf die Sorgen der ungarischen Bevölkerung vor den Folgen des Ukrainekriegs sofort zentral in den Fokus des Wahlkampfes gestellt und die Oppositionskräfte als bellizistische Kriegstreiber*innen diffamiert, die das Land in den Krieg hineinziehen wollten.¹¹ Orbán ist nicht ideologiefrei – aber verglichen mit Kaczyński ist er der sehr viel flexiblere, opportunistischere und im echten Sinne des Wortes „populistischere“ Politiker. Das hat ihm bei den Wahlen mehr genützt als geschadet.¹²

Als einzige Lektion bleibt so die Erkenntnis, dass konservative Regierungen zu besiegen sind – wenn man es schafft, ihre Mobilisierungsthemen zu entschärfen, wenig eigene Fehler zu machen und irgendwie zu versuchen, nahe an der gesellschaftlichen Stimmung zu bleiben. Das ist für manche progressive Partei in Europa heute durchaus ein längerer Weg. Aber die Botschaft könnte sogar noch unangenehmer sein. Wenn es tatsächlich die Überschreitung der Grenze zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen, zwischen persönlicher Sphäre und der des Politischen war, die der PiS

8 Przemysław Sadura, *Liberalisation and Secularisation in Poland 1989-2020 – A sociological analysis*, Friedrich-Ebert-Stiftung, Warsaw 2020.

9 Zur Werte- und Interessenwelt junger Menschen in Polen siehe Justyna Kajta, Adam Mrozowski, *Młodzi ludzie w Polsce między rozczarowaniem Państwem a nadzieją na lepsze życie*, Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn, 2022.

10 Zur Ideologie der PiS siehe auch Kai-Olaf Lang, *Die Welt der PiS*, Stiftung Wissenschaft und Politik, Oktober 2023.

11 Policy Solutions, *Hungarian Politics in 2022*.

12 Zu Ähnlichkeiten und Unterschieden zwischen den beiden Parteien siehe auch die entsprechenden Kapitel in Ernst Hillebrand (Hrsg.), *Rechtspopulismus in Europa – Gefahr für die Demokratie*, Bonn 2017, Dietz-Verlag.

letztendlich die Macht gekostet hat, dann haben möglicherweise auch progressive Parteien in Europa ein Problem: Ein nicht ganz unerheblicher Teil der Bevölkerung empfindet zunehmend auch einen progressiven „wokeism“ als invasive Ideologie, die den Menschen

vorschreiben will, wie sie zu sprechen, was sie zu essen, wie sie zu reisen und wie sie in die Arbeit zu fahren haben. Den „backlash“ gegen diese Übergriffigkeit könnte die gesamte Linke (Mitte) zu spüren bekommen – ob „woke“ oder nicht.

ÜBER DIE HERAUSGEBER*INNEN

Dr. Max Brändle ist seit 2022 Leiter des Büros der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) in Warschau, Polen. Zuvor war er von 2018 bis 2022 Leiter der Regionalbüros der Stiftung für Serbien und Montenegro in Belgrad und für Kroatien und Slowenien in Zagreb von 2015 bis 2018.

Dr. Barbara Szelewa-Kropiwnicka war von 2013 bis 2024 wissenschaftliche Mitarbeiterin im polnischen Büro der FES in Warschau. Zuvor arbeitete sie als Redakteurin für die Gazeta Wyborcza.

IMPRESSUM

© 2024 FES
(Friedrich-Ebert-Stiftung)

Herausgeber:
Friedrich-Ebert-Stiftung
Repräsentanz in Polen
ul. Poznańska 3 / 4 | 00-678 Warszawa
polska.fes.de

Verantwortlich für den Inhalt:
Dr. Max Brändle, Leiter der Repräsentanz
der Friedrich-Ebert-Stiftung in Polen

Redaktion: Max Brändle &
Barbara Szelewa-Kropiwnicka (Hrsg.)
Redaktionelle Mitarbeit: Daniel Morgenstern

Zusammensetzung: www.dolasu-pracownia.pl

Bestellungen und Kontakt: polska@fes.de

Die kommerzielle Nutzung der von der FES
veröffentlichten Medien ist ohne schriftliche
Zustimmung der FES untersagt.

DER SIEG ÜBER DIE POPULIST*INNEN IN POLEN

Hinter den Kulissen des Wahlkampfes 2023



Bei den Parlamentswahlen in Polen im Oktober 2023 gelang es drei Oppositionsparteien, die Herrschaft der nationalkonservativen PiS-Partei in Polen zu beenden. Dieser Essayband beleuchtet die Geschehnisse hinter den Kulissen des Wahlkampfes. Dank einer enormen Mobilisierung der Wähler*innen, insbesondere junger Frauen, und einer sehr wettbewerbsfähigen Kommunikationsstrategie konnte die demokratische Opposition die Populist*innen in Polen besiegen.



Die Aufsätze befassen sich insbesondere mit der Rolle der Frauen und ihrer Mobilisierung. Wir betrachten auch die Entflechtung der potenziellen linken Wählerschaft und ihrer Werte. Als Folge der einseitigen öffentlichen Medienlandschaft in Polen spielten die sozialen Medien eine wichtige Rolle im Wahlkampf. Einer der Aufsätze analysiert die verschiedenen Social-Media-Strategien der Oppositionsparteien. Auf der anderen Seite des Parteienspektrums entstand im Sommer 2023 eine starke rechtsradikale Partei, die Konfederacja, die aber letztlich deutlich hinter ihren Wahlprognosen zurückblieb. Wir gehen den möglichen Gründen dafür nach. In den letzten Jahren konnte im-

mer wieder beobachtet werden, wie Deutschland als Bedrohung für Polen hochgespielt wurde, vor allem um die PiS-Wählerschaft zu mobilisieren. Ein weiterer Aufsatz untersucht daher die Bedeutung antideutscher Botschaften im Wahlkampf. Eine soziologische Analyse des Wählerverhaltens lässt Zweifel an der Niederlage des Populismus in Polen aufkommen, insbesondere mit Blick auf die Rolle des Migrationsthemas im Wahlkampf. Schließlich versucht ein Vergleich zwischen den Wahlkämpfen in Ungarn 2022 und Polen 2023 zu erklären, warum die polnische Opposition das geschafft hat, woran die ungarischen Oppositionskräfte gescheitert sind.

<https://polska.fes.de/>