

Heiko Geiling (Leibniz Universität Hannover)

„Soziale Milieus“ als Erklärungsmodell für Wahlverhalten?

(Statistische Woche 2009, Wuppertal am 6.10.2009)

So weit dies im Rahmen meines notwendigerweise kurzen Beitrags überhaupt möglich ist, möchte ich begründen, warum das Konzept der „sozialen Milieus“ zwar ein plausibles, aber kein eindimensional zu verstehendes Erklärungsmodell für Wahlverhalten sein kann. Dabei wird zu skizzieren sein, welches ursprüngliche Erkenntnisinteresse mit dem Konzept verbunden war und welchen Weg es in den Sozialwissenschaften gegangen ist.

Der Milieubegriff hat in den letzten 30 Jahren eine erstaunliche Karriere machen können. Er wird mittlerweile in den unterschiedlichsten Zusammenhängen der Marktforschung, der Wahlforschung wie auch des politischen Feuilletons und der Alltagskommunikation verwendet. Diese offensichtliche Konjunktur des Begriffs ist ein sicheres Anzeichen für Unbestimmtheit und Indifferenz, d.h. die soziologische Eindeutigkeit des Begriffs muss sich aufgelöst haben. Mittlerweile wird von Milieus bei unterschiedlichen Gelegenheiten in verschiedensten Kontexten gesprochen, um vermeintliche soziale Zusammenhänge zumeist auf der Grundlage äußerer Ähnlichkeiten und Stilmerkmale zu erfassen. Doch der soziologische Milieubegriff kann mehr – wenn auch, insbesondere mit Blick auf das hier zur Diskussion stehende Erklärungsmodell für Wahlverhalten, nicht alles. Über Stilähnlichkeiten hinaus kann er insbesondere auf die Strukturlogik sozialer Praktiken und Beziehungen hinweisen, d.h. auf die inneren Zusammenhänge sozialer Gruppen. Er erlaubt also erklärende Hinweise darauf, welche Bedeutung soziale Akteure mit bestimmten äußeren Stilmerkmalen verbinden.

Angesichts der sich hier andeutenden Komplexität und damit verbundener methodischer Herausforderungen halte ich es für notwendig, den Weg des soziologischen Milieubegriffs kurz zu skizzieren.¹ In der Soziologie finden wir den klassischen Milieubegriff zuerst bei einem Zeitgenossen von Max Weber, bei dem französischen Soziologen Emile Durkheim in seinen Werken über die Regeln der soziologischen Methode (1961 [1895]) und über die soziale Arbeitsteilung (1988 [1893]). Gegen die kulturpessimistischen Vorstellungen seiner Zeit, die mit den kapitalistischen Industriegesellschaften den Untergang des Abendlandes befürchteten, lenkt Durkheim den Blick auf die sozialen Beziehungszusammenhänge, auf die sozialen Milieus, in denen sich unter den veränderten gesellschaftlichen Bedingungen neue For-

¹ Ich beziehe mich hier insbesondere auf Arbeiten meines Kollegen Michael Vester (2008, 2009), mit dem wir seit 1987 über soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel geforscht und publiziert haben (vgl. u.a. Vester, von Oertzen, Geiling u.a. 2001 [1993]).

men des sozialen Zusammenhalts bzw. der sozialen Kohäsion herstellten. Soziale Milieus sieht er in den verwandtschaftlichen Beziehungszusammenhänge der Familie, den politischen in der Gemeinde und vor allem in den beruflichen in der Erwerbsarbeit, wo jeweils moralischen Bindungen und Regelungen wirksam werden, die gleichsam einem „moralischen Habitus“ von den Individuen verinnerlicht werden, ihrem praktischen Verhalten mehr oder minder Sinn geben und für tendenziellen Zusammenhalt und Ordnung im gesellschaftlichen Alltag sorgen. Durkheim verwendet „soziale Milieus“ als einen analytischen Oberbegriff, wenn er darauf verweist, dass zum Beispiel „Stände“, „Kasten“ und „Klassen“ immer nur historisch-spezifische Formen der beruflichen Milieus sind, d.h. Ausdruck einer insbesondere auf die beruflichen Milieus einwirkenden spezifischen gesellschaftlichen Herrschaftsordnung. Die Herrschaftsordnung ist für Durkheim unter den industriegesellschaftlichen Bedingungen und der damit verbundenen wirtschaftlichen und sozialen Dynamik der beruflichen Milieus immer auch veränderbar. Interessant ist nun, dass in diesem Verständnis von Milieu eine Schlüsselkategorie – nämlich Habitus – auftaucht, die erst viel später mit und ohne Bezug auf Durkheim von Autoren wie Theodor Geiger, Pierre Bourdieu oder auch denen der lebensweltlichen Marktforschung in ähnlichem Verständnis aufgegriffen wird.

Demnach ist ein soziales Milieu ein sozialer Beziehungszusammenhang von Menschen mit ähnlichem Habitus. Auf Grund von ähnlichen Erfahrungen in Familie, Nachbarschaft/Gemeinde und beruflicher Tätigkeit/Erwerbsarbeit verinnerlichen die Menschen ähnliche Wahrnehmungsmuster und Verhaltensorientierungen bzw. Habitus-Dispositionen, mit denen sie ihren Alltag bewältigen und von der Sozialforschung auch als soziale Gruppe identifizierbar sind. Auf die hier anstehende Frage, was dies für die politische Orientierung der Menschen bedeutet, gehe ich gleich noch ein.

Durkheims klassischer Milieubegriff kam im mainstream der bürgerlichen und marxistischen Schichtungs- und Klassensoziologie über lange Zeit nicht zur Geltung, obwohl dann nach 1945 in phänomenologischen Ansätzen der Sozialanalyse und in der ethnologisch beeinflussten Kultursociologie zunehmend differenziertere Theorien der sozialen Wahrnehmung entwickelt werden konnten. Eine Ausnahme bildete die 1932 erschienene Arbeit des Soziologen Theodor Geiger, „Die soziale Schichtung des deutschen Volkes“. Unabhängig von Durkheim erkannte Geiger die für die Lebensführung sinnstiftende Kategorie des moralischen Habitus. Unterhalb der Kategorien üblicher Erwerbsstatistik analysierte er das Berufsethos bzw. die „Wirtschaftsmentalität“ der kleinen Berufsgruppen und setzte die nach Mentalität, was nichts anderes als Habitus meint, verwandten Gruppen zu einem neuen Gesamtbild der Klassen- und Klassenfraktionen in der Gesellschaft zusammen. Wiederum unabhängig von Geiger

wurde dieses Konzept erst mehr als 45 Jahre später vom französischen Soziologen Pierre Bourdieu (1982 [1979]) in seiner Theorie des Habitus und des sozialen Raumes weiterentwickelt.

In der deutschen akademischen Schichtungssoziologie (vgl. Kreckel 1983) war es der aus der Münchener Schule Karl Martin Boltes kommende Stefan Hradil, der in den 1980er Jahren Begriffe und Konzepte der „sozialen Lage“ und der „sozialen Milieus“ in den Vordergrund rückte. Ich zitiere hier nur den Schluss seiner die „alten“ Klassen- und Schichtmodelle kritisierenden Studie „Sozialstrukturanalyse in einer fortgeschrittenen Gesellschaft“ (1987: 177): „Wenn die Ungleichheit der Lebenschancen, ihre Ursachen und Folgen aber im Zentrum des Interesses stehen, wird Sozialstrukturanalyse in fortgeschrittenen Gesellschaften mit differenzierteren Modellen als bislang üblich vorgenommen werden müssen. Dann führt der Weg von Klassen und Schichten zu Lagen und Milieus.“ Hradil machte angesichts der zu diesem Zeitpunkt in der Bundesrepublik diskutierten „neuen Unübersichtlichkeit“ (Habermas) und der zunehmenden Pluralisierung von Klassen und Schichten plausibel, dass innere Haltungen bzw. Wahrnehmungs- und Handlungsdispositionen der Menschen – was sich ebenfalls mit Durkheim als „moralischer Habitus“ übersetzen lässt – sich in alltäglicher sozialer Praxis formen und zu spezifischen Mustern ‚objektiver‘ Lebensbedingungen und ‚subjektiver‘ Einstellungen und Verhaltensorientierungen führen, wie wir sie in den sozialen Milieus finden. Im Unterschied zum ebenfalls der ‚Bolte-Schule‘ entstammenden Soziologen Ulrich Beck und dessen extremer Individualisierungsthese hielt Hradil an der Existenz typischer sozialer Strukturen und Zusammenhänge, wie z.B. die der sozialen Milieus, fest. Er definierte diese als Gruppen von Menschen, „die solche äußeren Lebensbedingungen und/oder inneren Haltungen aufweisen, aus denen sich gemeinsame Lebensstile herausbilden“ (1987: 165).

An dieser Stelle muss betont werden, dass Mitte der 1980er Jahre die akademischen Sozialwissenschaften, insbesondere Stefan Hradil wie auch wir zeitgleich in Hannover, mit den innovativen Methoden und hochinteressanten Ergebnissen der Marktforschung bekannt wurden. Ulrich Becker (1982), Horst Nowak (1985), Jörg Ueltzhöffer (1993) u.a. hatten seit 1979 die sogenannten Lebensweltforschungen in Heidelberg durchgeführt und den mittlerweile vielfach nachgeahmten und verfeinerten SINUS-Milieu-Ansatz entwickeln können. Die Arbeiten dieser Gruppe waren von dem Interesse geleitet, die wenig wirklichkeitsnahe Kategorialisierung der üblichen Schicht- und Klassenanalysen mit der Operationalisierung von lebensweltlichen Zielgruppen zu überwinden. Wie dann auch sehr erfolgreich geschehen, sollte die Identifizierung von Zielgruppen bzw. sozialen Milieus die Effektivität der Marktforschung erhöhen. Die SINUS-Gruppe hatte hunderte, später tausende, qualitative Interviews in allen

Gesellschaftsschichten durchgeführt, um auf dieser Grundlage alltagsweltliche – und nicht zuletzt auch konsumrelevante – Geschmacks- und Wertmuster zu identifizieren. Ohne diese Muster so zu benennen, konzentrierte sich die Forschergruppe auf eine zentrale bzw. unabhängige Variable, die schon von Durkheim und, später systematischer, von Bourdieu als Habitus-Disposition bezeichnet wurde. SINUS gelang es damals, diese Habitusmuster in eine Batterie von etwa 44 Statements zu übertragen. Die Beantwortung dieser Statements gab den entscheidenden Hinweis auf den sich dahinter verbergenden Habitusstypus. Fortan war es möglich, unter Zuhilfenahme von auswertenden Faktoren- und Clusteranalysen diese Typen alltagsweltlicher Wert- und Handlungsorientierungen als soziale Milieus repräsentativ zu erheben.

Der Milieuindikator kann seitdem bei jeder themenspezifischen Befragung eingesetzt werden. Die darüber identifizierbaren sozialen Milieus, die je nach Befragung mit weiteren Informationen entlang von Indikatoren der Konsum-, Medien- oder Wahlorientierung ‚angereichert‘ werden können, lassen sich weitgehend in die vertikale Systematik der gesellschaftlichen Klassen- und Schichtstruktur einordnen. Die sozialen Milieus lassen sich der oberen, mittleren und unteren sozialen Etage der Gesellschaft zuordnen. Entscheidend ist aber, dass sie darüber hinaus, wie in der Theorie des sozialen Raumes von Bourdieu ähnlich konzipiert, eine zweite, eine horizontale Dimension und damit einen Raum eröffnen. So zeigt sich, dass Gruppen mit nahezu identischen Sozialstrukturmerkmalen, die in der vertikalen Schichtstruktur üblicherweise auf einer Ebene eingeordnet werden, sich in unterschiedlichen sozialen Milieus bewegen, unterschiedliche Geschmacksvorstellungen haben und sich auch unterschiedlich politisch orientieren. Das heißt, dass auf jeder gesellschaftlichen Schicht- oder Klassenebene unterschiedliche Fraktionen vorzufinden sind, die sich auf Grund ihrer spezifischen Erfahrungen in Familie, Nachbarschaft und Beruf in ihren jeweiligen Habitusdispositionen, Ressourcen und in ihrer jeweiligen Alltagsmoral ähnlich sind, und die zugleich mit anderen Fraktionen auf gleicher wie auch auf ungleicher vertikaler Ebene der Gesellschaftsstruktur mehr oder minder konkurrieren.

Gegenüber den weitgehend eindimensionalen Schicht- oder Klassenindikatoren lässt sich die gesellschaftliche Sozialstruktur mit dem Konzept der sozialen Milieus räumlich und somit erheblich differenzierter darstellen. Und da soziale Milieus sich im Kern über ähnliche Habitus-Dispositionen bzw. über ein ähnliches Alltagsethos konstituieren, das die Menschen, auch wenn sie sich in außeralltäglichen gesellschaftlichen Feldern bewegen, nicht einfach abschütteln können, ist das so verstandene Milieukonzept auch für die Frage der politischen Grundeinstellungen und des Wahlverhaltens von Interesse.

In der soziologischen Literatur gibt es dazu einen interessanten Hinweis von Pierre Bourdieu (1982: 620ff.), wenn er untersucht, wie angesichts der nahezu unerträglich gewordenen Anzahl von politischen Meinungsumfragen überhaupt eine persönliche politische Meinung zustande kommt. Er kommt zu dem Ergebnis, dass die überwältigende Mehrheit der Bevölkerung gar keine eigene politische Meinung haben könne, weil das relativ eigenständige soziale Feld der Politik mit seiner spezifisch elaborierten Sprache, seinen komplizierten Regeln, Werten und Diskursen voraussetzungsvolle Hürden gegenüber der übrigen Gesellschaft aufgebaut habe, die nur von einer kompetenten bzw. entsprechend gebildeten Minderheit überwunden werden können. Die Mehrheit bleibe darauf angewiesen, das ihnen fremde Feld der Politik mit den ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen der Alltagsmoral wahrzunehmen oder eine Meinung aus zweiter Hand zu vertreten. Dies führe dazu, dass die vermeintlichen politischen Meinungsäußerungen nach Maßgabe der milieuspezifischen alltagskulturellen Wertvorstellungen ausfallen und nicht selten zu kuriosen wie auch zu tragischen Aussagen führen. Zum anderen Teil führe dies dazu, dass Meinungen aus zweiter Hand geäußert werden, die von – wiederum milieuspezifischen – vertrauensvollen Personen und Instanzen, ob aus Kirche, Gewerkschaft, Partei, Verein oder Presse, mehr oder minder vorgegeben sind. Übrigens hat Kurt Tucholsky diese Erkenntnis ohne elitäre Hintergedanken und in der ihm typisch zugespitzten Weise einmal folgendermaßen ausgedrückt: „Das Volk versteht das meiste falsch; aber es fühlt das meiste richtig.“

Aus einer demokratietheoretischen Perspektive, die von freien, selbstbewussten und rational vorgehenden politischen Bürgerinnen und Bürgern ausgeht, mag die hier festgestellte Diskrepanz zwischen der Welt bzw. dem Feld des Politischen und dem der Alltagskultur ein Schlag ins Kontor sein. Andererseits wissen wir, dass in der gesellschaftlichen Realität beide Felder immer wieder vermittelt werden müssen durch sogenannte intermediäre Organisationen. Es handelt sich dabei in der Regel um Vereine, Verbände, Kirchen, Gewerkschaften wie auch politische Parteien. Man könnte auch sagen: Die für die Konstituierung sozialer Milieus verantwortliche Alltagsmoral muss von den intermediären Organisationen aufgegriffen und verarbeitet werden, um im politischen Feld mit seinen spezifischen Anforderungen und Strukturen wirksam werden zu können. Alltagsweltlich bzw. milieuspezifisch geformte Erfahrungen, Wünsche, Hoffnungen, Ressentiments, Befürchtungen und darüber entstehende Gesellschaftsbilder werden im Idealfall in den Vergesellschaftungen der intermediären Organisationen abgeschliffen und integriert, um sie politikfähig zu machen. Dass dies nicht ohne Probleme geschieht – insbesondere dann, wenn diese Vermittlungsarbeit zwischen Milieu und Poli-

tik an Praktiken autoritärer Demokratie zu scheitern droht, zeigt die gegenwärtige Krise unserer Volksparteien.

Auf die Fragestellung bezogen, ob das Konzept der sozialen Milieus ein Erklärungsmodell für Wahlverhalten sein kann, bedeutet dies aber auch, dass Wahlentscheidungen zwar vor dem Hintergrund alltagskultureller Erfahrungen jeweiliger sozialer Milieus getroffen werden, letztlich aber davon abhängig gemacht werden müssen, ob sich die daran anschließenden Politik- und Gesellschaftsbilder in den unterschiedlichen Diskursen des politischen Feldes wiederfinden. Nur so lässt sich erklären, warum z.B. südlich des Mains die Arbeitermilieus überwiegend Unionswähler sind und nördlich davon – sofern sie überhaupt noch zur Wahl gehen – überwiegend SPD oder auch die Links-Partei wählen. Ich möchte zum Schluss kurz zusammenfassen:

1. Soziale Milieus sind alltagskulturell in Familie, Nachbarschaft und Beruf geformte Lebenszusammenhänge von Menschen mit ähnlichen Dispositionen des Geschmacks und Ethos bzw. mit ähnlichen Habitus-Dispositionen.
2. Im Unterschied zu vordergründigen „Milieus“ der Politik- oder Lebensstile sind soziale Milieus von relativer Beständigkeit. Dem Motto entsprechend, wenn zwei das gleiche tun, ist dies noch lange nicht das selbe, sind es die milieuspezifischen Habitus-Dispositionen, die erklären, warum jemand sich für den einen oder anderen Stil entscheidet.
3. Soziale Milieus sind über relativ aufwändige qualitative Untersuchungen empirisch zu ermitteln. Mit Hilfe multivariater statistischer Verfahren auf der Grundlage einer qualitativ generierten Statementbatterie sind soziale Milieus auch repräsentativ zu identifizieren.
4. Es existiert keine eindimensionale Beziehung zwischen Zugehörigkeit zu einem sozialen Milieu und Wahlverhalten. Weitere Dimensionen aus anderen sozialen Feldern der Gesellschaft müssen dafür herangezogen werden. Allerdings gibt es wie bei der sozialstrukturellen Verortung sozialer Milieus im gesellschaftlichen Raum relativ große Übereinstimmungen zwischen sozialen Milieus, sozialer Lage und politischen Grundorientierungen.
5. Insofern halte ich es zwar für reizvoll, soziale Milieus allein über beschreibende sozialstatistische Kategorien zu erheben. Doch die letztlich unabhängige Variable für soziale Milieus – die Habitus-Dispositionen – kann darüber allerdings nicht ermittelt werden. Somit werden auf sozialstatistischer Basis arbeitende Milieustudien uns wei-

terhin mit merkwürdigen Phänomenen konfrontieren, wie zum Beispiel die scheinbare Existenz des Milieus der DDR-Nostalgiker in westdeutschen Städten.

Literatur.

- Becker, Ulrich/Nowak, Horst: Lebensweltanalyse als neue Perspektive der Meinungs- und Marketingforschung, in: E.S.O.M.A.R. Kongreß 1982, Bd. 2, S.247-267
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Zur Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt/M. 1982 (frz.: 1979)
- Durkheim, Emile: Regeln der soziologischen Methode, Neuwied und Berlin 1961(frz.: 1895)
- Durkheim, Emile: Über soziale Arbeitsteilung. Studie über die Organisation höherer Gesellschaften, Frankfurt/M. 1988 (frz.: 1893)
- Geiger, Theodor: Die soziale Schichtung des deutschen Volkes, Stuttgart 1932
- Hradil, Stefan: Sozialstrukturanalyse in einer fortgeschrittenen Gesellschaft. Von Klassen und Schichten zu Lagen und Milieus, Opladen 1987
- Kreckel, Reinhard (Hg.): Soziale Ungleichheiten, Göttingen 1983 (= Soziale Welt, Sonderband 2)
- Nowak, Horst/Becker, Ulrich: „Es kommt der neue Konsument“. Werte im Wandel, in: Form. Zeitschrift für Gestaltung, Nr. 111, 1985, S.14
- Ueltzhöffer, Jörg/Flaig, Berthold Bodo/Meyer, Thomas: Alltagsästhetik und politische Kultur, Bonn 1993
- Vester, Michael/von Oertzen, Peter/Geiling, Heiko/ Hermann, Thomas/Müller, Dagmar: Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Zwischen Integration und Ausgrenzung, Frankfurt/M. 2001 (vollständig überarbeitete Fassung der zuerst 1993 im Bund-Verlag, Köln, erschienenen Ausgabe)
- Vester, Michael: Milieu, in: Farzin, Sina/Jordan, Stefan (Hg.), Lexikon Soziologie und Sozialtheorie. Hundert Grundbegriffe, Stuttgart 2008, S.189-191
- Vester, Michael: Ende oder Wandel der Klassengesellschaft? Peter von Oertzen und die Forschungen zum Wandel der Sozialstruktur und zur Entstehung neuer gesellschaftlich-politischer Milieus, Manuskript Hannover 2009