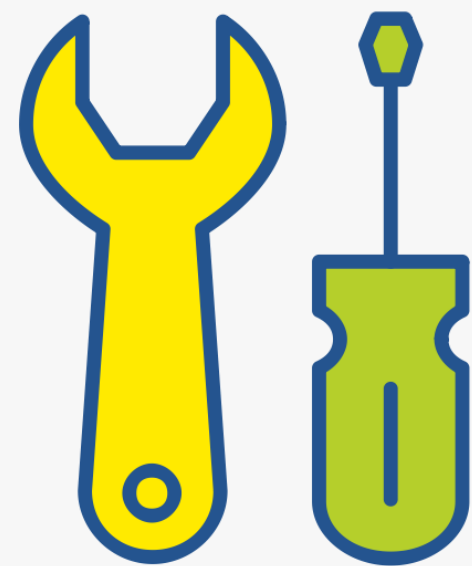


Mit Netzwerk-Angeboten und digitaler Kommunikation Zentrums-Wählende begeistern

Lukas Golder, Co-Leiter
Martina Mousson, Projektleiterin



Methodische Details



Auftraggeber	Die Mitte Schweiz
Grundgesamtheit	<ul style="list-style-type: none"> - Mitglieder der Mitte - Schweizer Stimmberechtigte, die einer der drei Landessprachen mächtig sind
Datenerhebung	<ul style="list-style-type: none"> - Mitglieder der Mitte: Online-Befragung anhand Mitgliederliste (inkl. Sympathisant:innen) - Schweizer Stimmberechtigte: Onlinebefragung über Panel «polittrends»
Stichprobengrösse	<ul style="list-style-type: none"> - Total befragte Mitglieder: N = 6092 - Total befragte Stimmberechtigte: N = 2004
Art der Stichprobenziehung	<ul style="list-style-type: none"> - Mitglieder: Vollerhebung - Stimmberechtigte: quotierte Stichprobe
Gewichtung	<ul style="list-style-type: none"> - Mitgliederbefragung: Geschlecht, Sprache, Kanton - Stimmbevölkerung: Alter, Geschlecht, Sprachregion, Kanton, Siedlungsart, Bildung, Partei
Stichprobenfehler	<ul style="list-style-type: none"> - Mitgliederbefragung: ± 1.1 Prozentpunkte bei 50/50 (und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit) - Stimmbevölkerung: ± 2.2 Prozentpunkte bei 50/50 (und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit)
Befragungszeitraum	15. September bis 13. August 2024

Potenziale

- **Mitte-Wählende** sind diejenigen, die angegeben haben, die Mitte zu wählen.
- **Mitte-Potenzial** sind diejenigen, die angegeben haben, die EVP oder GLP zu wählen, **und/oder** auf der Links-Rechts-Skala eine 5 oder 6 angegeben haben, oder eine Zentrums-Partei (sicher/eher) in Frage kommt zu wählen.
- **«Restliche Bürgerliche»** sind diejenigen, die FDP oder SVP wählen werden **und/oder** eine bürgerliche Partei zur Wahl (sicher/eher) in Frage kommt.



Kapitel 1: Bewegung/ Netzwerk

Kapitel 2: Wahlentscheidung

Kapitel 3: Weg in die Zukunft

Kapitel 4: Parteienvergleich

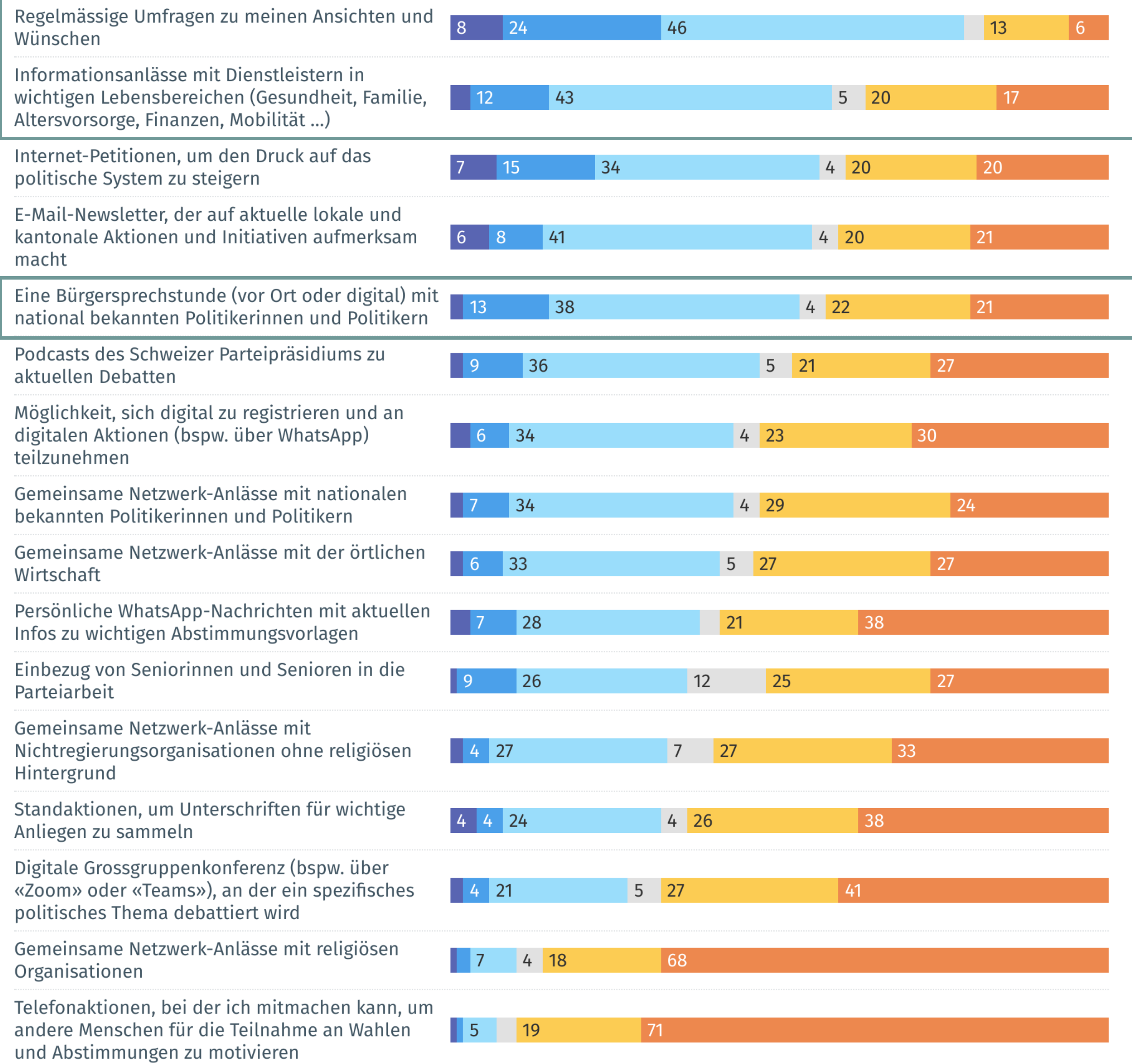
Kapitel 5: Synthese

Motivatoren

Es gibt noch anderes als Politik. Trotzdem die Frage: Welche Aktivitäten würden Sie motivieren, sich selber (noch) mehr politisch zu engagieren?

in % Stimmberechtigte

■ Nutze ich schon
 ■ Würde mich sehr motivieren
 ■ Würde mich vielleicht motivieren
 ■ weiss nicht/keine Angabe
 ■ Würde mich eher nicht motivieren
 ■ Würde mich bestimmt nicht motivieren

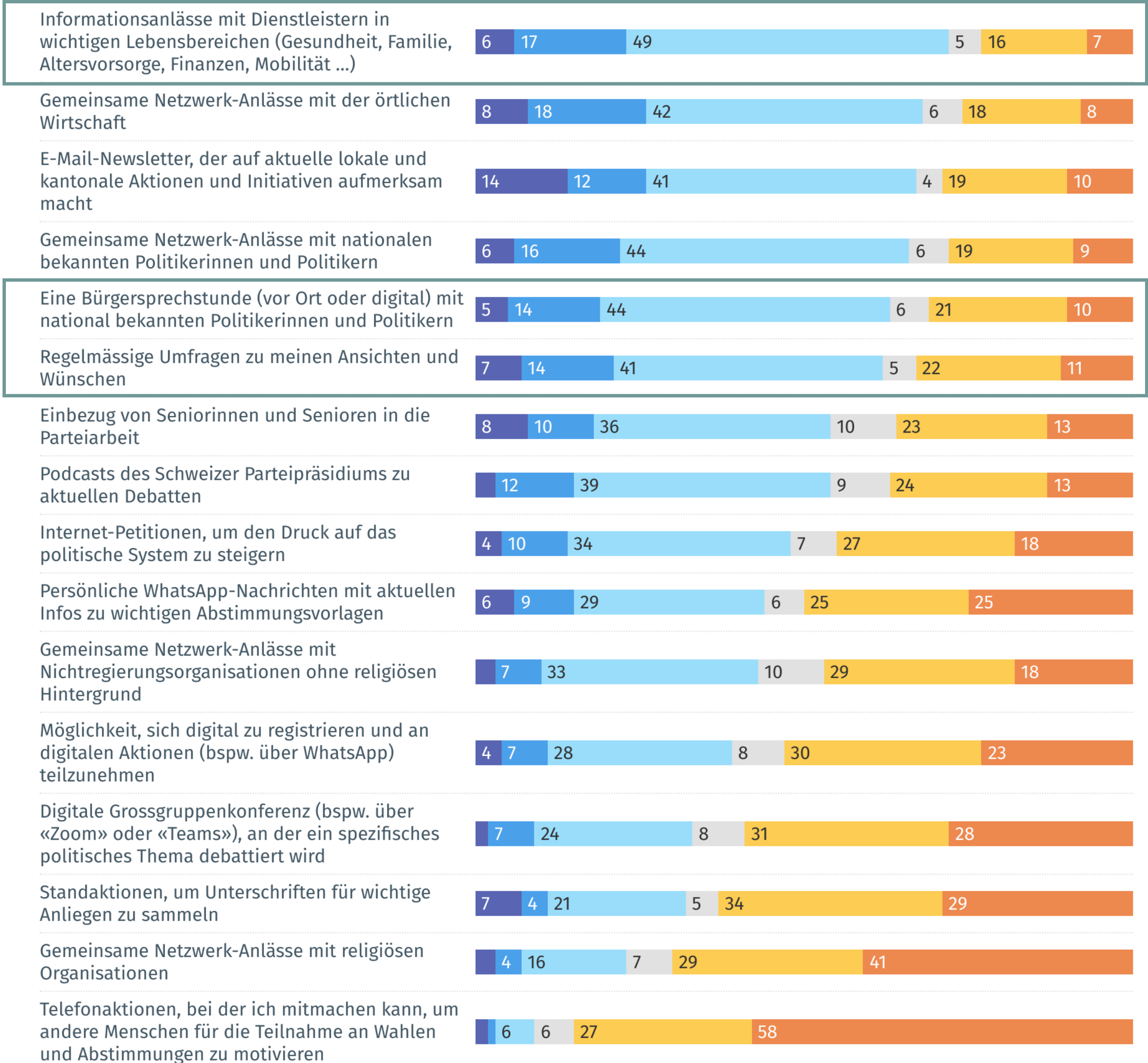


Motivatoren

Es gibt noch anderes als Politik. Trotzdem die Frage: Welche Aktivitäten würden Sie motivieren, sich selber (noch) mehr politisch zu engagieren?

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte»

■ Nutze ich schon ■ Würde mich sehr motivieren ■ Würde mich vielleicht motivieren ■ weiss nicht/keine Angabe ■ Würde mich eher nicht motivieren ■ Würde mich bestimmt nicht motivieren



Motivatoren zusammengefasst



Netzwerkpflege zentral

Aktivitäten im Bereich
Netzwerkpflege und
Partizipation motivieren am
stärksten



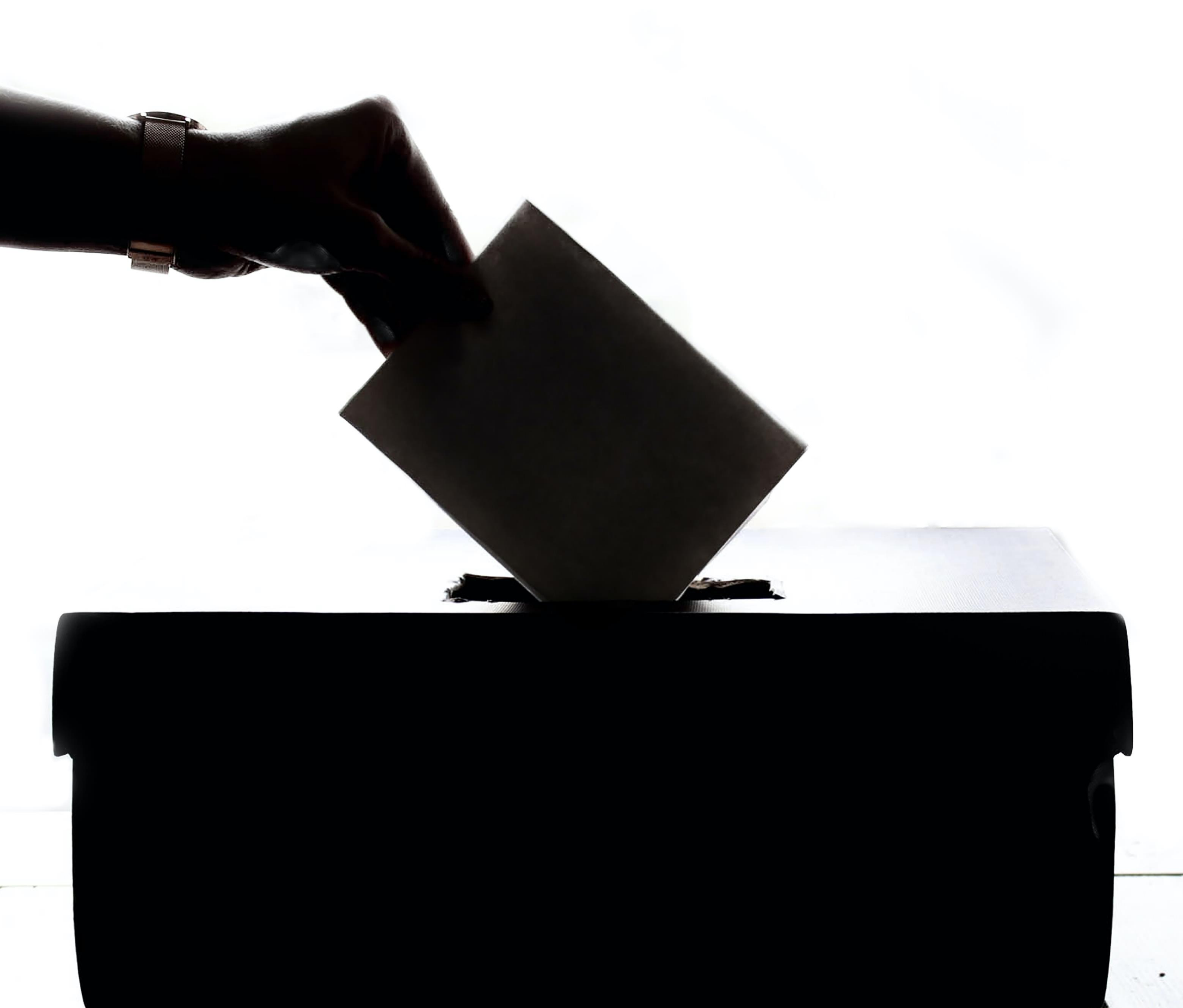
Potenzial für digitale Aktivitäten

Internet-Petitionen und E-
Mail-Newsletter sind
ebenfalls beliebt



Klassische Mobilisierung weniger effektiv

Stand- oder
Telefonaktionen stossen auf
weniger Anklang



Kapitel 2: Wahlentscheid- ung

Kapitel 3: Weg in die Zukunft

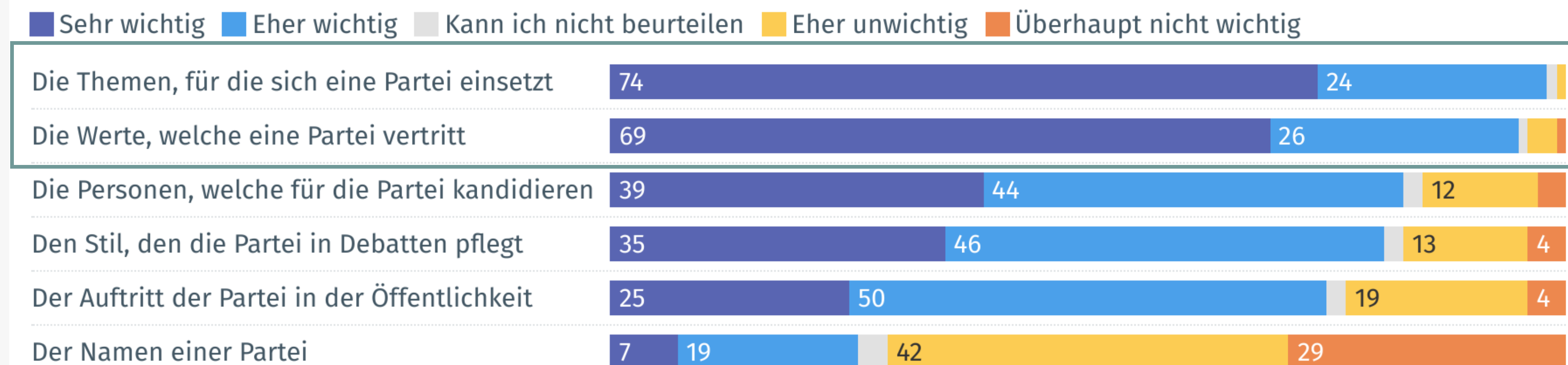
Kapitel 4: Parteienvergleich

Kapitel 5: Synthese

Elemente für Wahlentscheidung

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Elemente ganz grundsätzlich für die Wahlentscheidung?

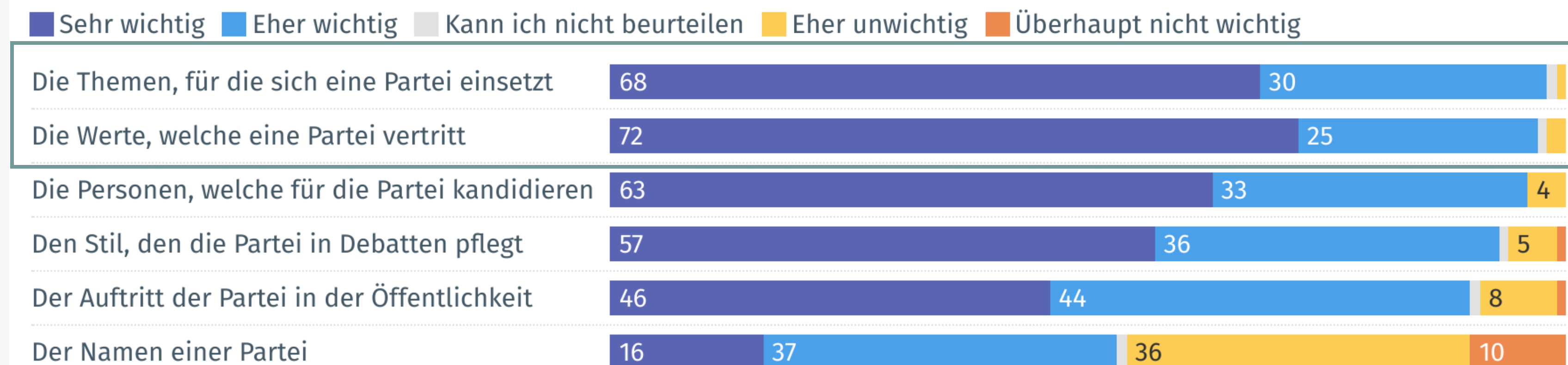
in % Stimmberechtigte



Elemente für Wahlentscheidung

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Elemente ganz grundsätzlich für die Wahlentscheidung?

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte»

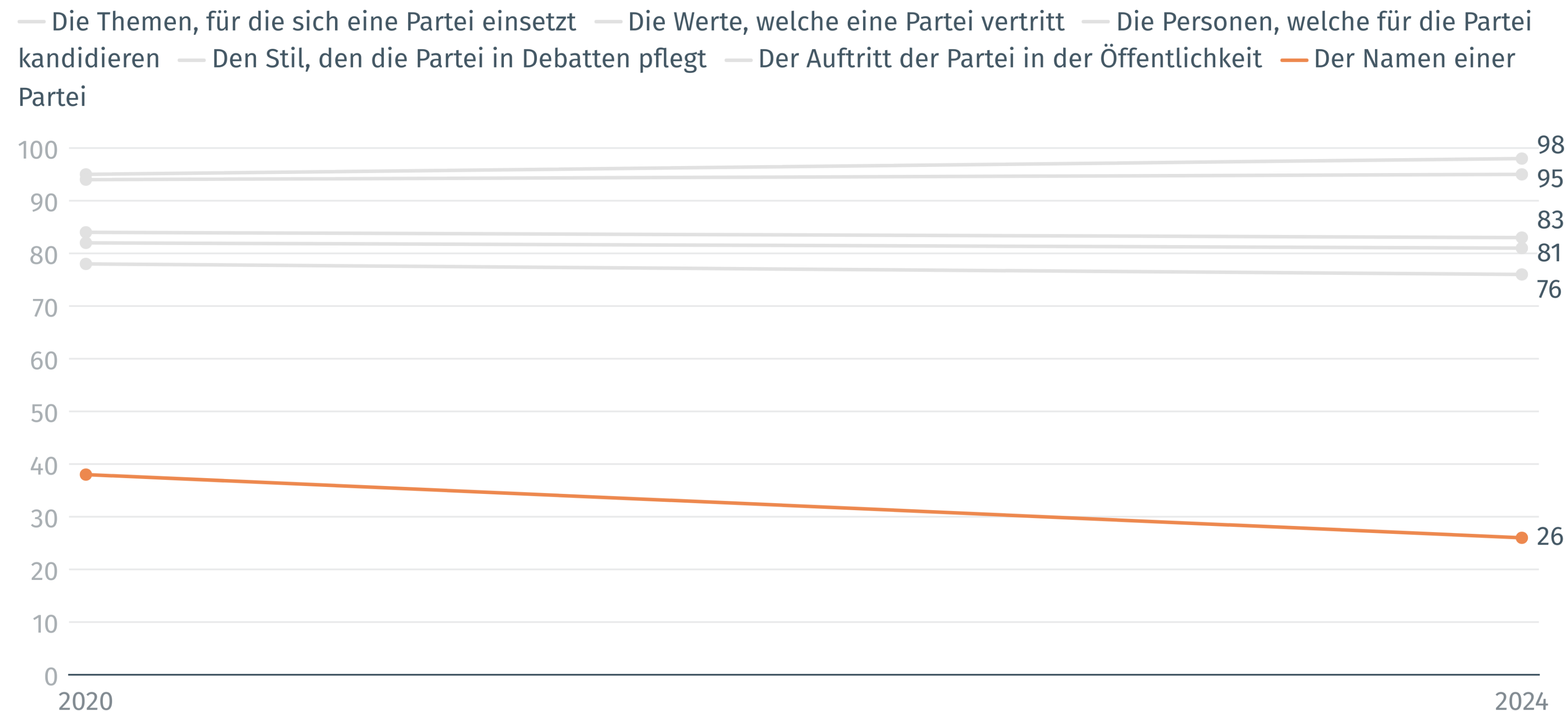


Trend Elemente für Wahlentscheidung

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Elemente
ganz grundsätzlich für die Wahlentscheidung?

in % Stimmberechtigte

Anteil "sehr/eher wichtig"

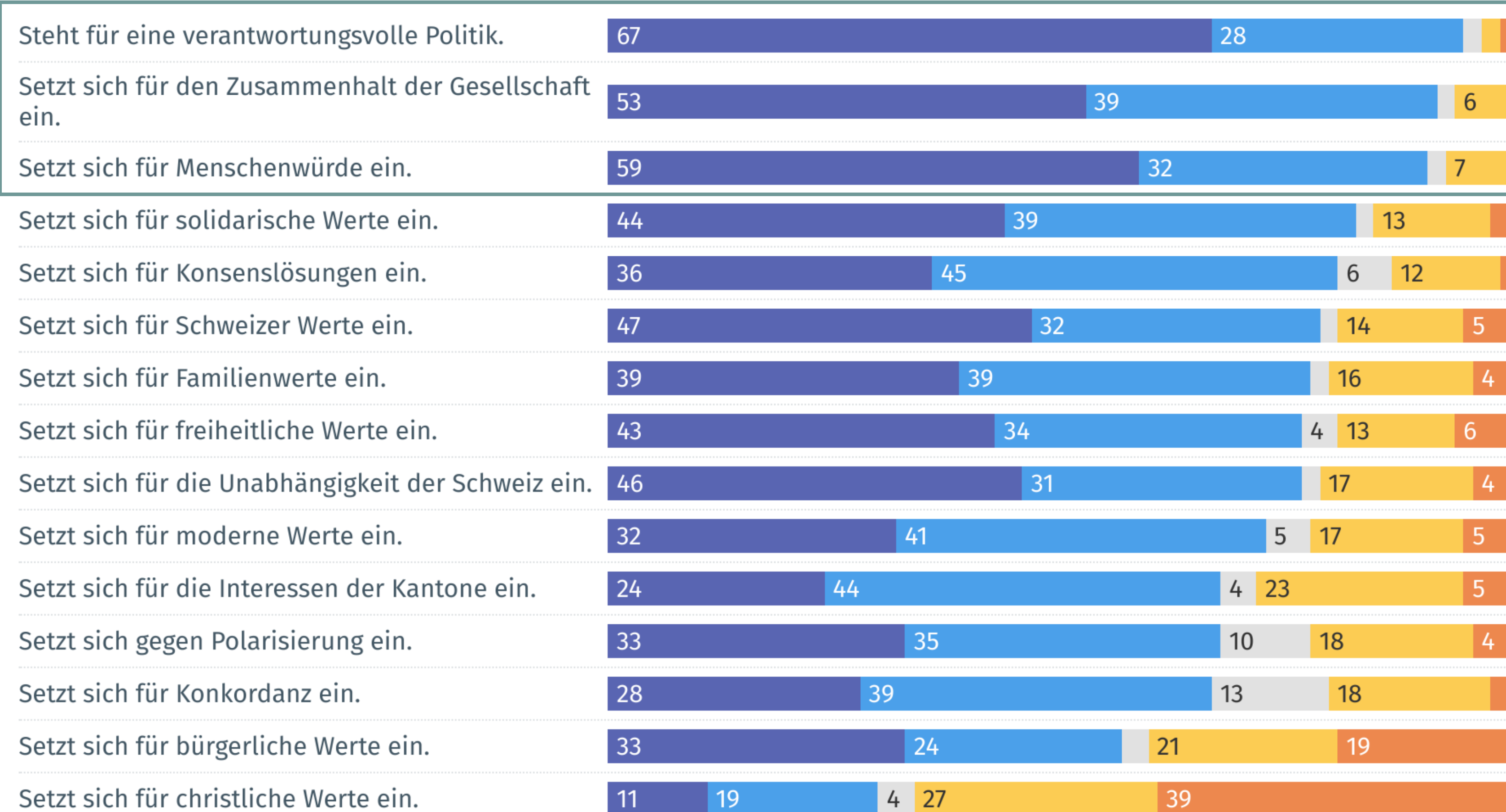


Wichtigkeit Wertepositionen

Geben Sie bitte für die nachfolgenden Wertepositionen einer Partei an, wie wichtig sie für Ihre persönliche Wahlentscheidung sind.

in % Stimmberechtigte

■ Sehr wichtig ■ Eher wichtig ■ Kann ich nicht beurteilen ■ Eher unwichtig ■ Überhaupt nicht wichtig

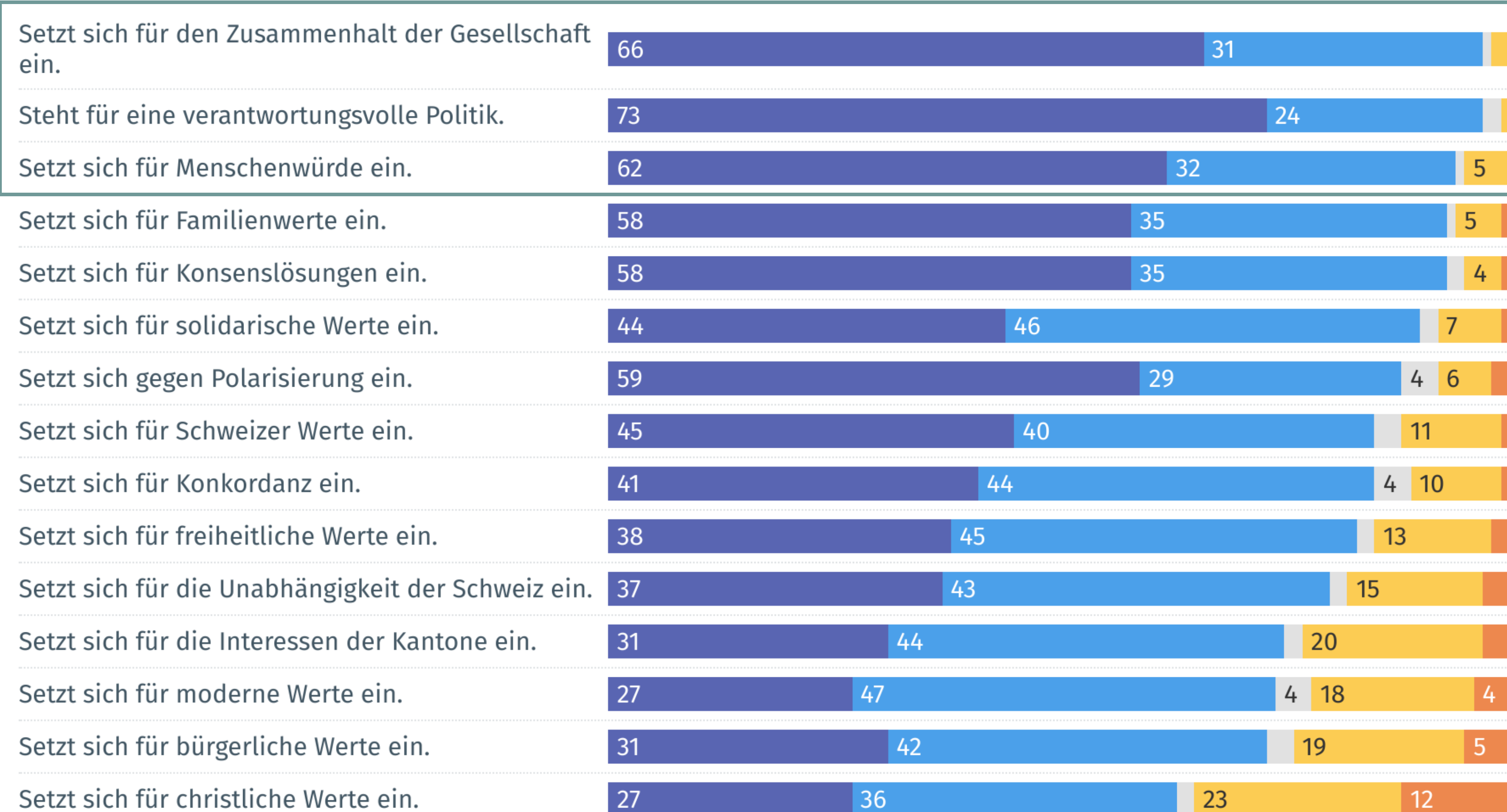


Wichtigkeit Wertepositionen

Geben Sie bitte für die nachfolgenden Wertepositionen einer Partei an, wie wichtig sie für Ihre persönliche Wahlentscheidung sind.

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte»

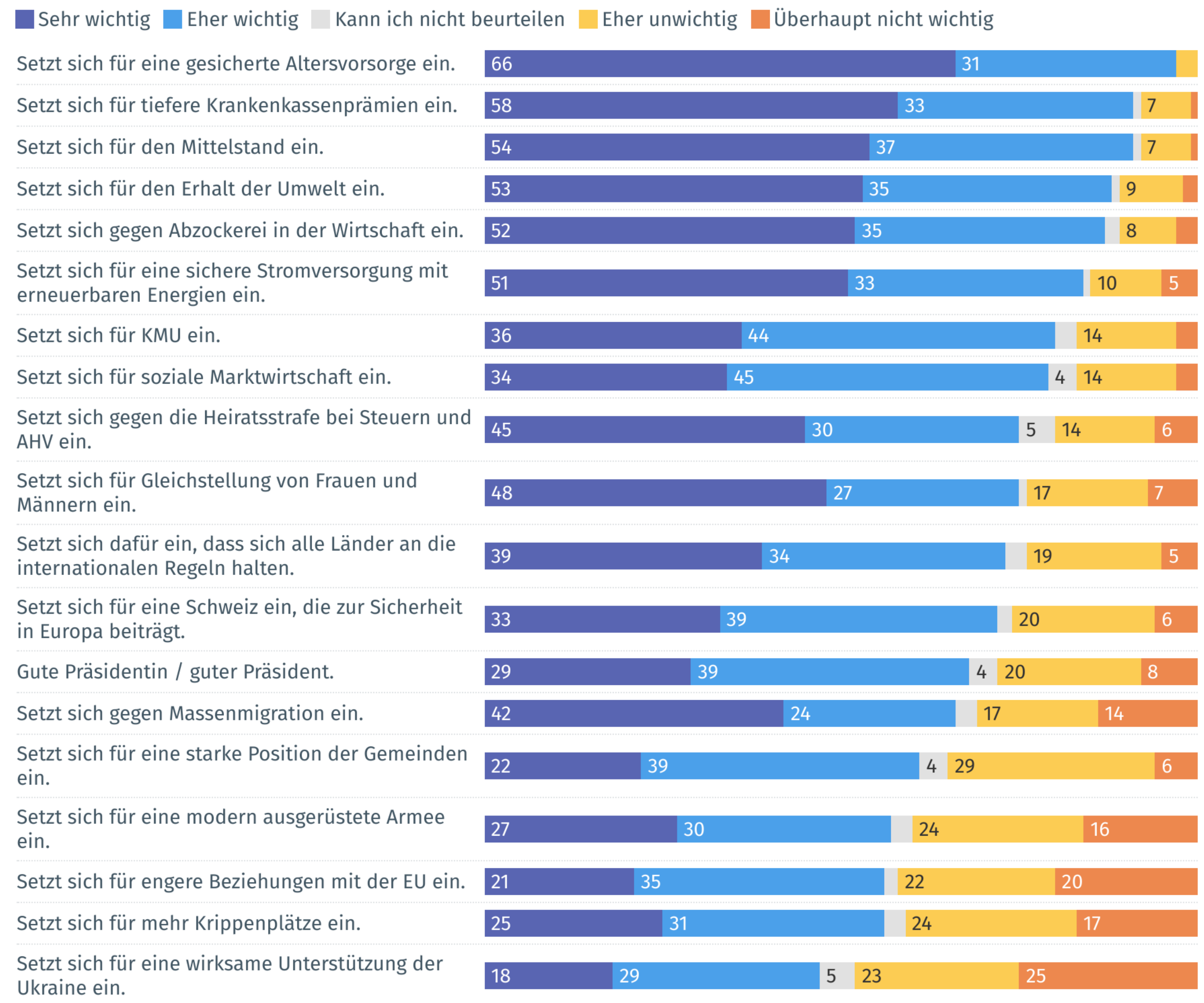
■ Sehr wichtig ■ Eher wichtig ■ Kann ich nicht beurteilen ■ Eher unwichtig ■ Überhaupt nicht wichtig



Wichtigkeit Themenpositionen/ Eigenschaften

Geben Sie bitte für die nachfolgenden Themenpositionen oder Eigenschaften einer Partei an, wie wichtig sie für Ihre persönliche Wahlentscheidung sind.

in % Stimmberechtigte

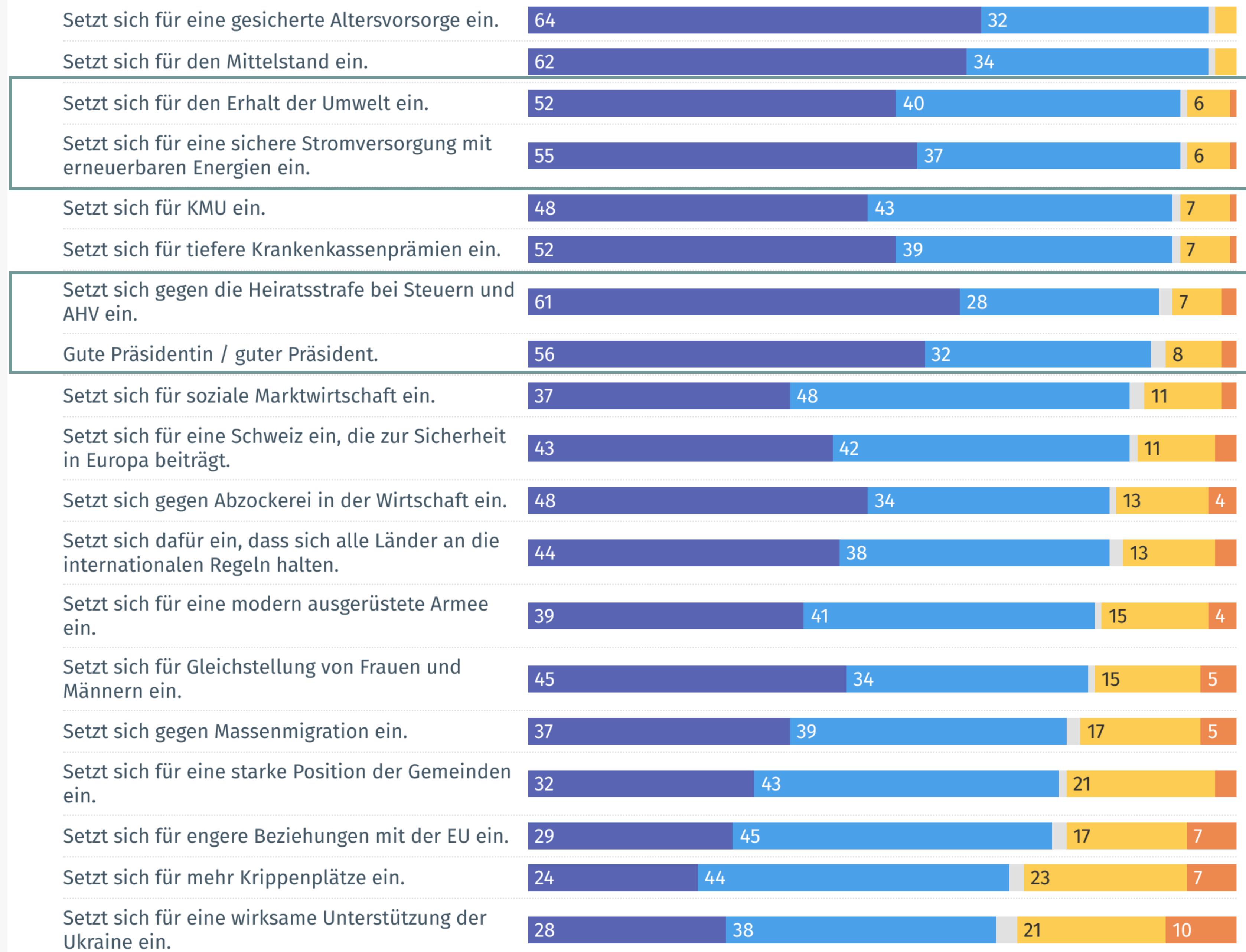


Wichtigkeit Themenpositionen/ Eigenschaften

Geben Sie bitte für die nachfolgenden Themenpositionen oder Eigenschaften einer Partei an, wie wichtig sie für Ihre persönliche Wahlentscheidung sind.

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte»

■ Sehr wichtig ■ Eher wichtig ■ Kann ich nicht beurteilen ■ Eher unwichtig ■ Überhaupt nicht wichtig

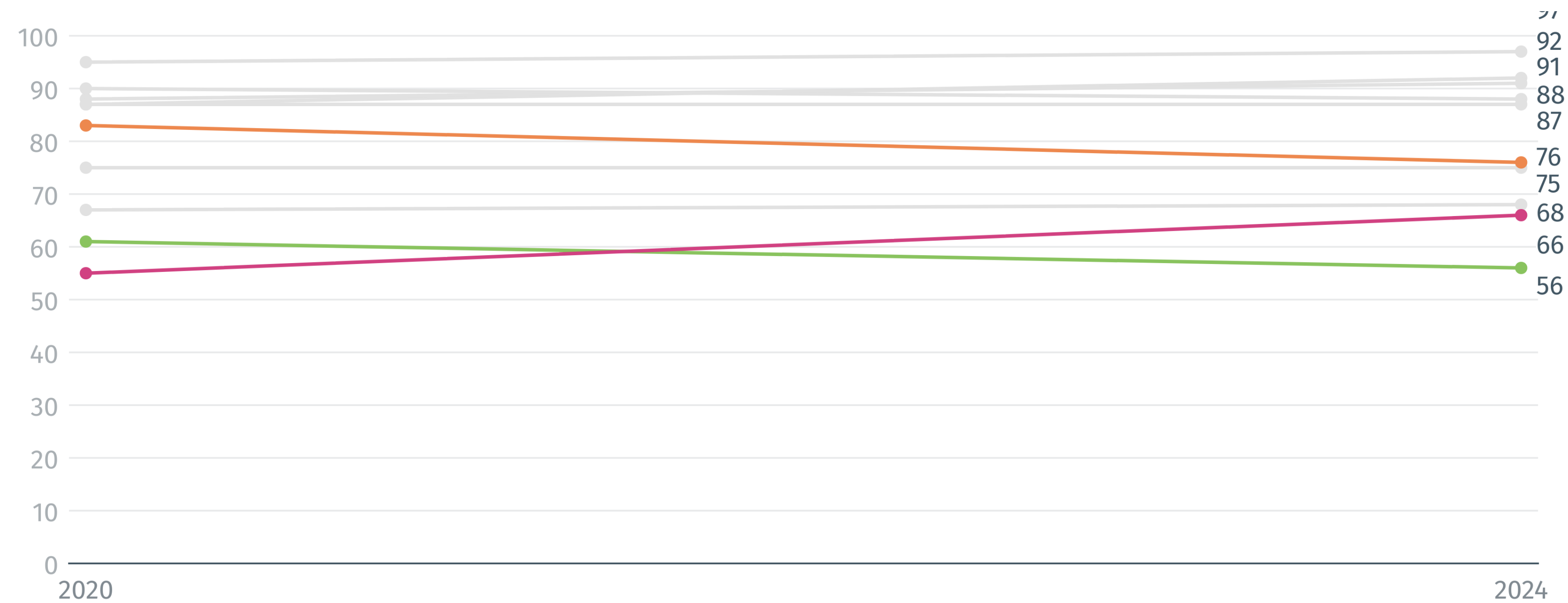


Trend Wichtigkeit Themenpositionen/ Eigenschaften

Geben Sie bitte für die nachfolgenden Themenpositionen oder Eigenschaften einer Partei an, wie wichtig sie für Ihre persönliche Wahlentscheidung sind.

in % Stimmberechtigte
Anteil sehr/eher wichtig

— Setzt sich für eine gesicherte Altersvorsorge ein. — Setzt sich für tiefere Krankenkassenprämien ein. — Setzt sich für den Mittelstand ein. — Setzt sich für den Erhalt der Umwelt ein. — Setzt sich gegen Abzockerei in der Wirtschaft ein. — Setzt sich für Gleichstellung von Frauen und Männern ein. — Setzt sich gegen die Heiratsstrafe bei Steuern und AHV ein. — Gute Präsidentin / guter Präsident. — Setzt sich gegen Massenmigration ein. — Setzt sich für mehr Krippenplätze ein.

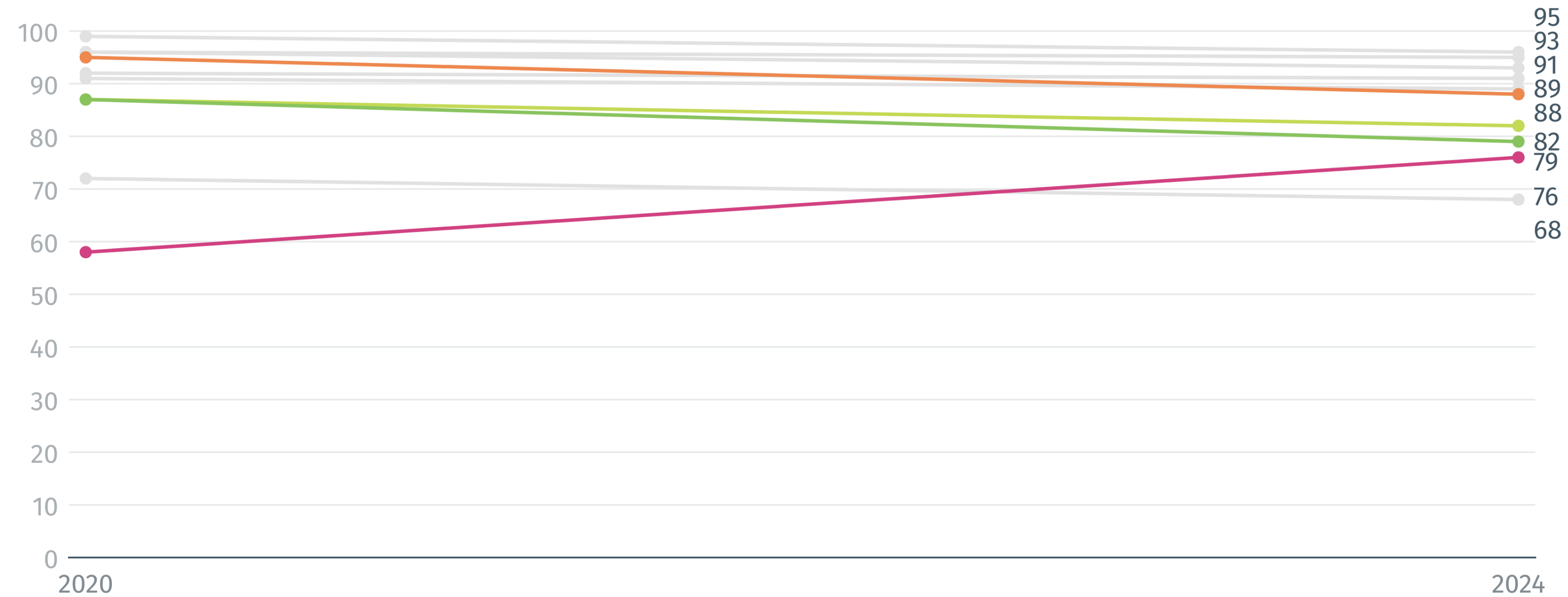


Trend Wichtigkeit Themenpositionen/ Eigenschaften

Geben Sie bitte für die nachfolgenden Themenpositionen oder Eigenschaften einer Partei an, wie wichtig sie für Ihre persönliche Wahlentscheidung sind.

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte» resp. CVP Anteil "sehr/eher wichtig"

— Setzt sich für eine gesicherte Altersvorsorge ein. — Setzt sich für den Mittelstand ein. — Setzt sich für den Erhalt der Umwelt ein. — Setzt sich für tiefere Krankenkassenprämien ein. — Setzt sich gegen die Heiratsstrafe bei Steuern und AHV ein. — Gute Präsidentin / guter Präsident. — Setzt sich gegen Abzockerei in der Wirtschaft ein. — Setzt sich für Gleichstellung von Frauen und Männern ein. — Setzt sich gegen Massenmigration ein. — Setzt sich für mehr Krippenplätze ein.



Wichtigkeit Themenpositionen/Eigenschaften zusammengefasst



Einsatz für den gesellschaftlichen Zusammenhalt

Von Parteien wird erwartet,
dass sie verantwortungs-
volle Politik machen, die
den Zusammenhalt in der
Gesellschaft stärkt



Altersvorsorge und Einsatz für den Mittelstand als Top- Themen

Die Themen Umwelt,
Stromversorgung und
Heiratsstrafe sind Mitte-
Wählenden wichtiger als in
der Stimmbevölkerung



Thema Massenmigration im Aufwind

Sowohl die
Stimmberechtigten
insgesamt als auch Mitte-
Wählende finden das Thema
deutlich wichtiger als 2020



Kapitel 3: Weg in die Zukunft

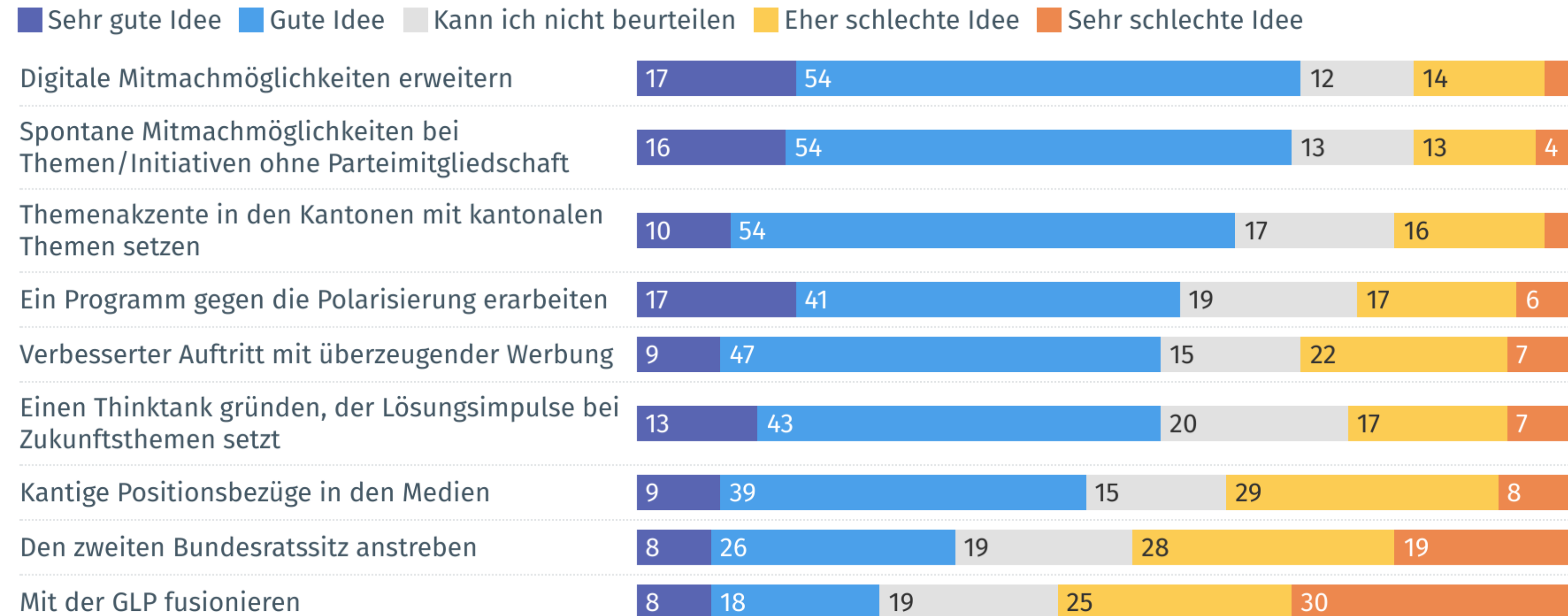
Kapitel 4: Parteienvergleich

Kapitel 5: Synthese

Mögliche Zukunftspfade

Die Mitte hat einige Vorschläge, wohin sie sich in Zukunft entwickeln will. Wie beurteilen Sie diese Ideen?

in % Stimmberechtigte

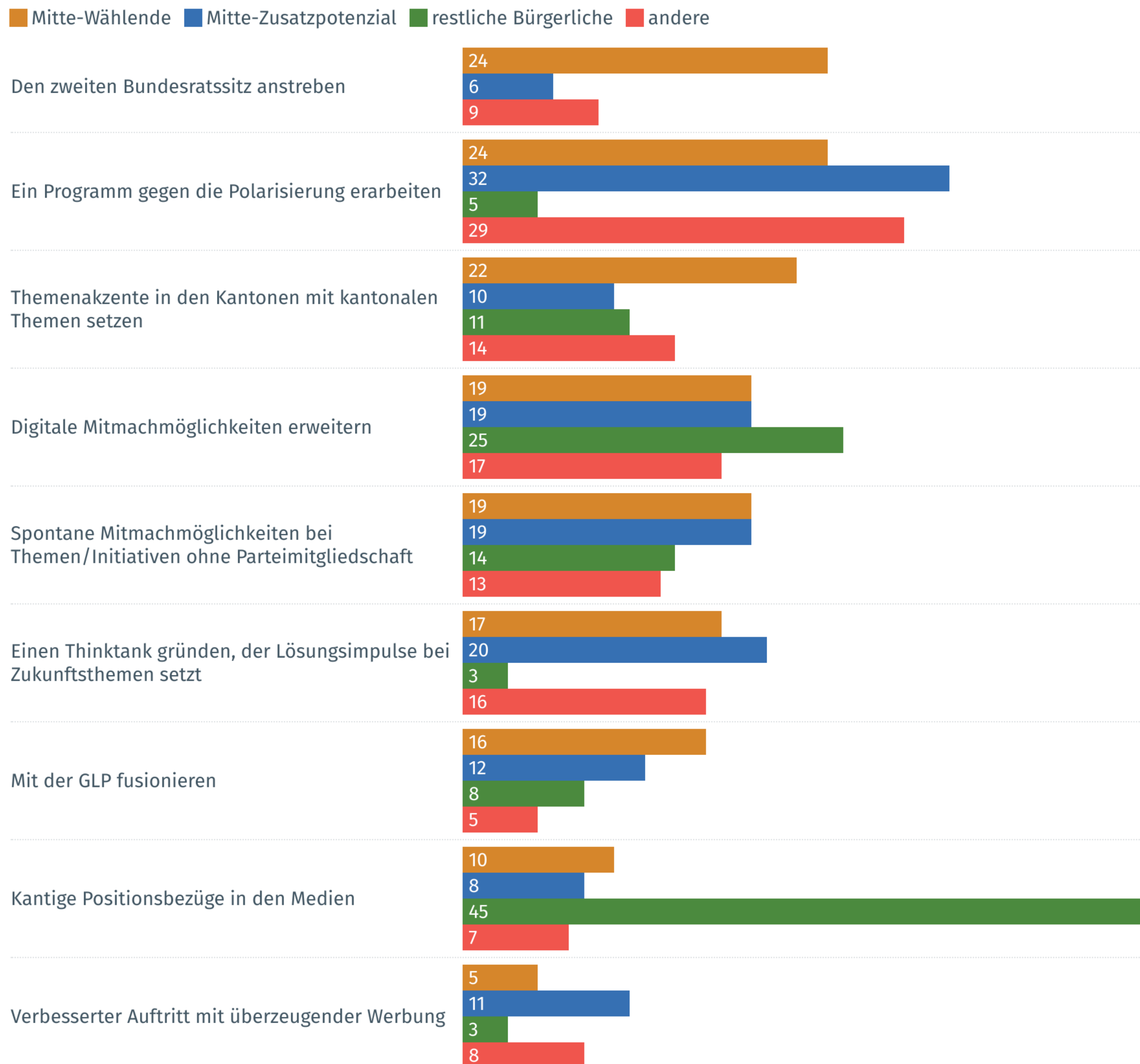


Beste Zukunftspfad nach Wählenden-Gruppe

Mit welchen Massnahmen setzen wir diese Ideen aus Ihrer Sicht am besten um?

Sie können mehrere Massnahmen wählen.

in % Stimmberechtigte, die mindestens einen der Zukunftspfade für eine sehr gute Idee halten



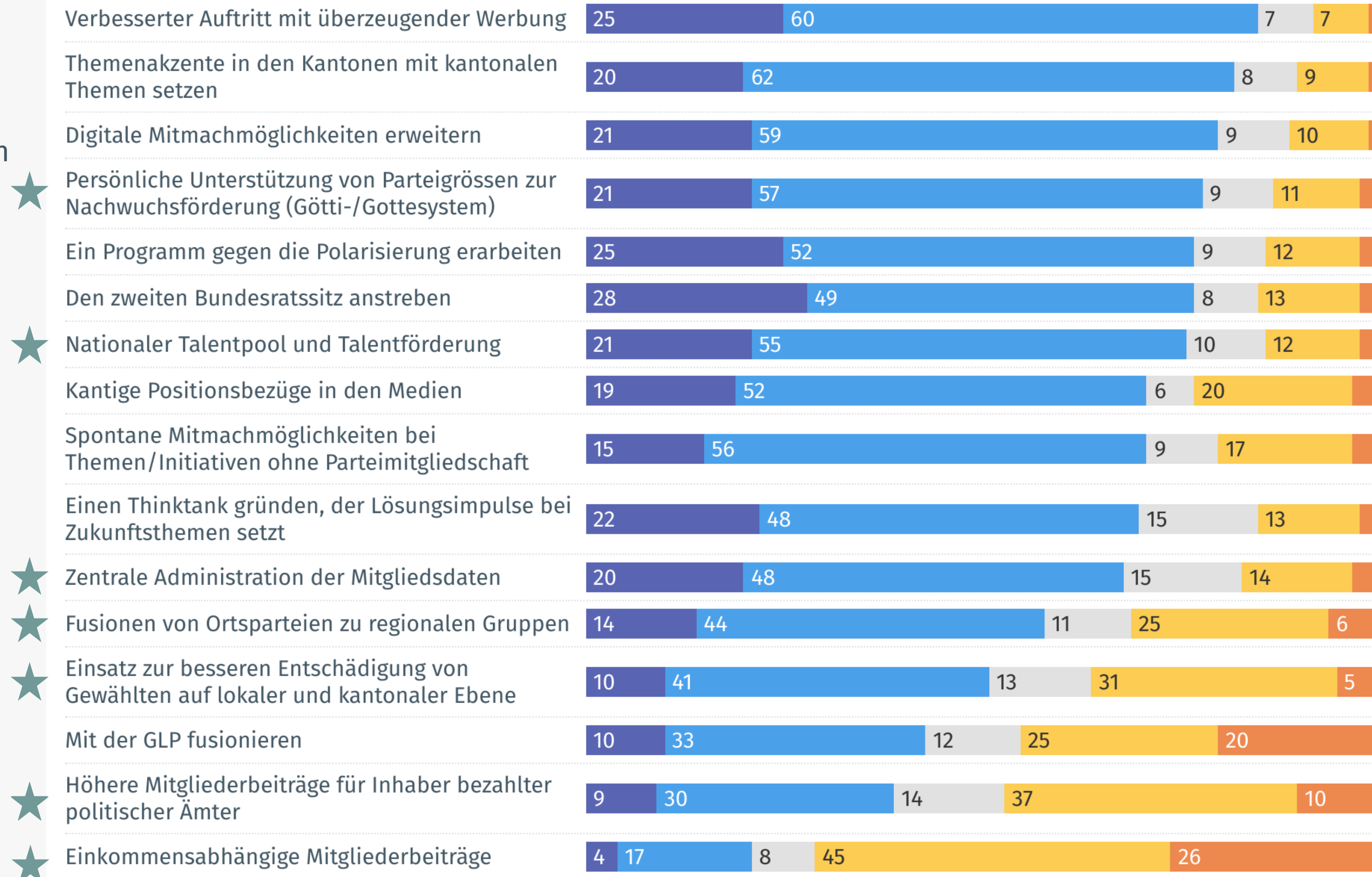
Mögliche Zukunftspfade

Die Mitte hat einige Vorschläge, wohin sie sich in Zukunft entwickeln will. Wie beurteilen Sie diese Ideen?

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte»

★ = mitgliederspezifische Items

■ Sehr gute Idee ■ Gute Idee ■ Kann ich nicht beurteilen ■ Eher schlechte Idee ■ Sehr schlechte Idee



Bester Zukunftspfad

Mit welchen Massnahmen setzen wir diese Ideen aus Ihrer Sicht am besten um?

Sie können mehrere Massnahmen wählen.

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte», die mindestens einen der Zukunftspfade für eine sehr gute Idee halten



Zukunftspfade zusammengefasst



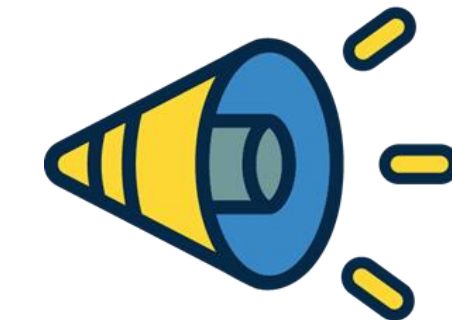
Stimmbevölkerung befürwortet Partizipation

Digitale oder spontane
Mitmachmöglichkeiten
werden mehrheitlich als
gute Idee betrachtet



Programm gegen Polarisierung breit gewünscht

Sowohl Mitte-Wählende als
auch die Gruppe «Mitte-
Zusatzpotenzial»
priorisieren diese
Massnahme



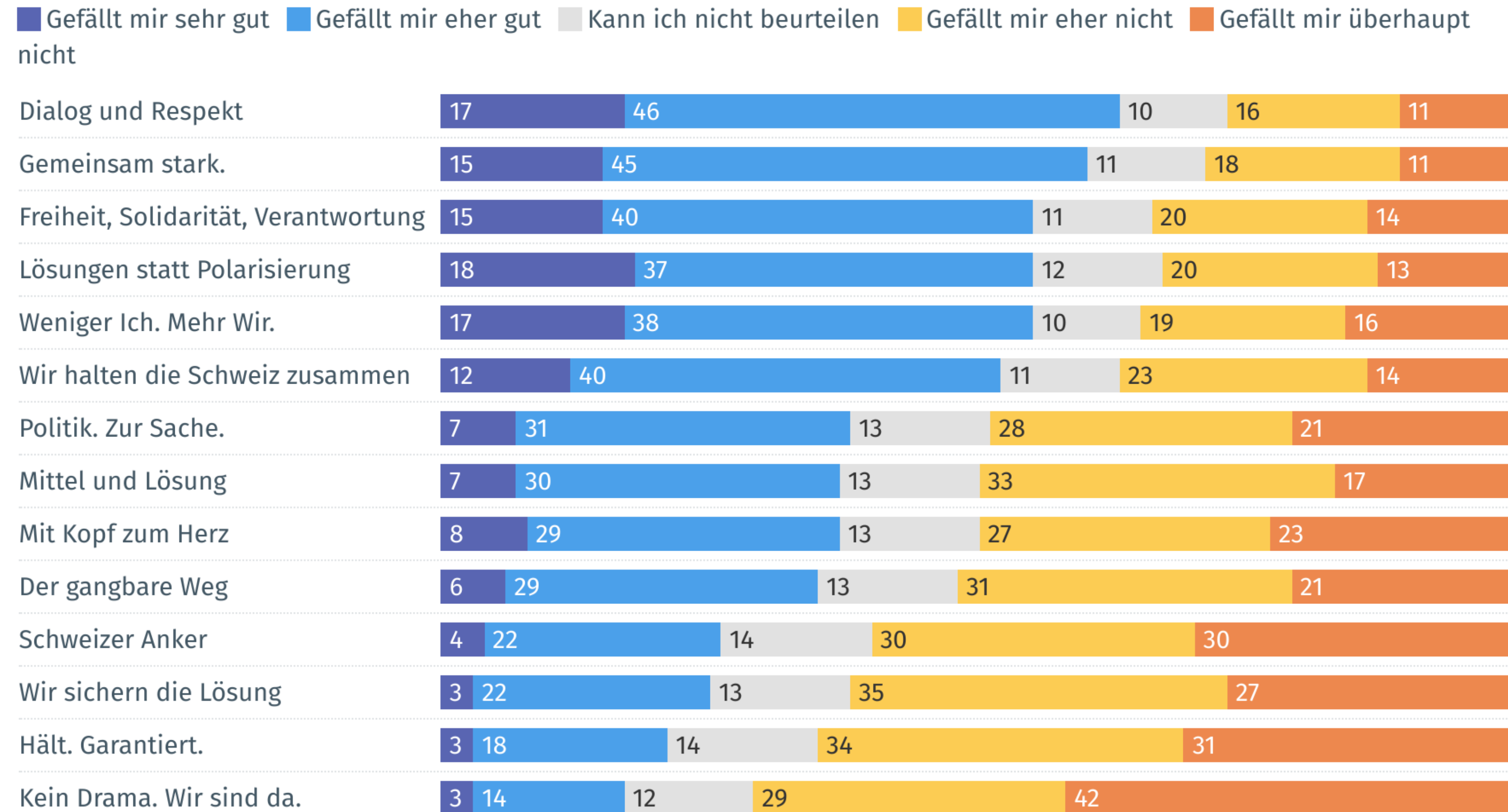
Für andere Bürgerliche zählt vor allem die Medienpräsenz

Die Präferenzen der
«restlichen Bürgerlichen»
unterscheiden sich stark
von den anderen Gruppen

Mögliche Slogans

Wie gut widerspiegeln die folgenden Slogans Ihrer Meinung nach die Positionierung der Partei «Die Mitte»?

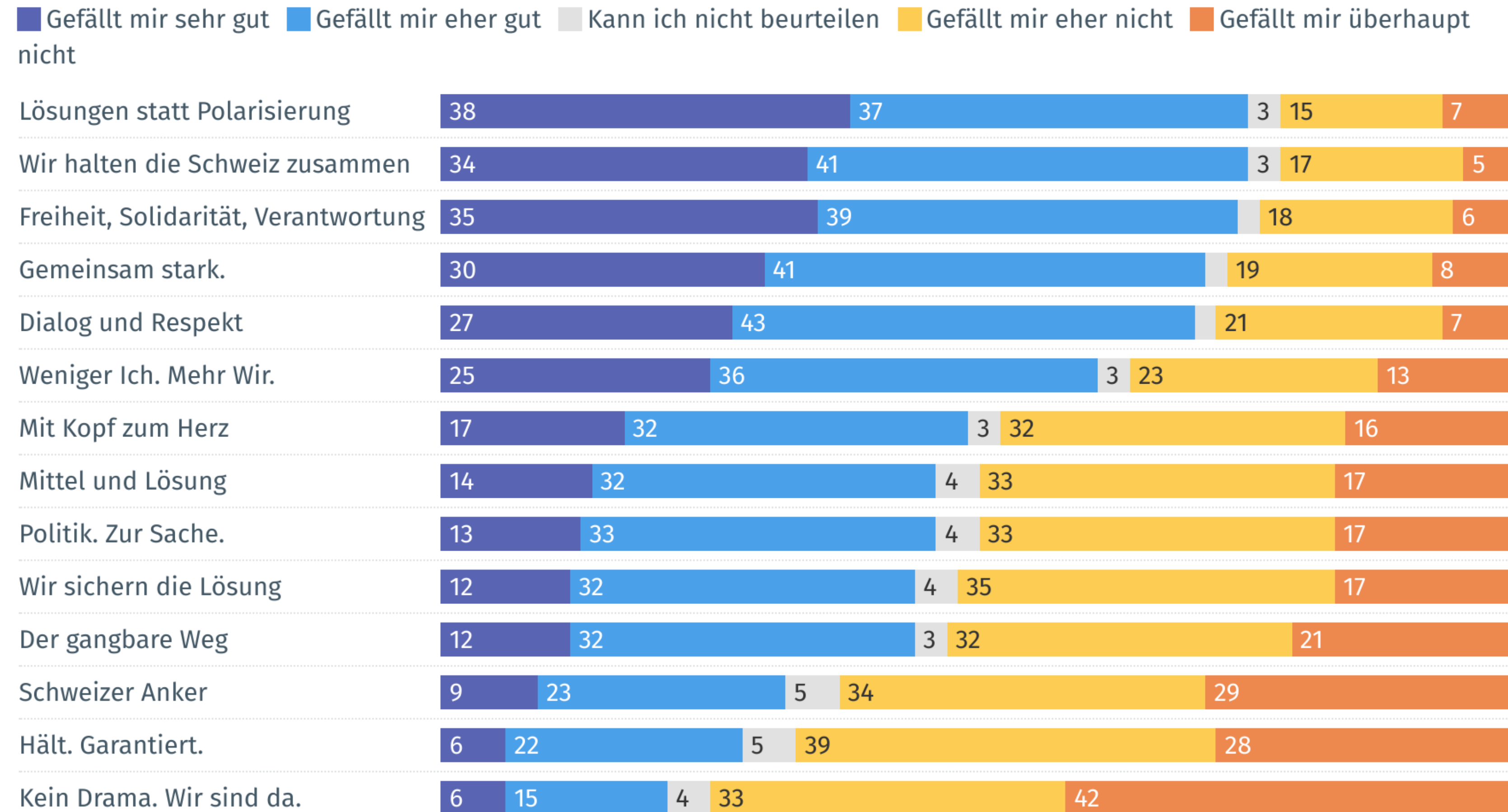
in % Stimmberechtigte



Mögliche Slogans

Welcher der folgenden Slogans widerspiegelt Ihrer Meinung nach die Positionierung der Mitte am besten?

in % Mitglieder der Partei «Die Mitte»





Kapitel 4: Parteienvergleich

Kapitel 5: Synthese

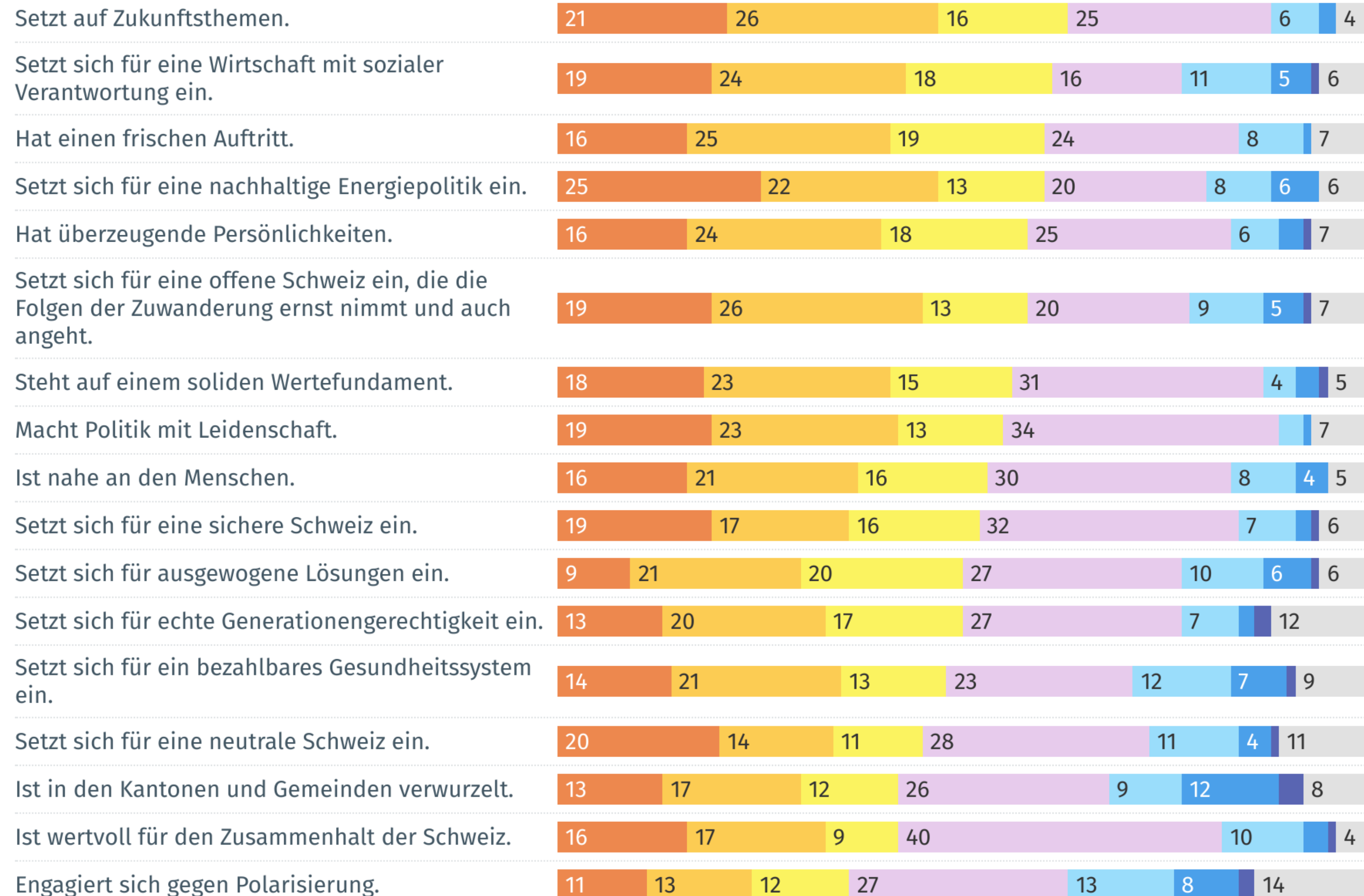
Vergleich Mitte mit der eigenen Partei: Mitte-Zusatzpotenzial

Nun bitten wir Sie, eine Partei jeweils mit der Partei «Die Mitte» zu vergleichen. Sie können unabhängig von Ihrer Wahlpräferenz spontan beurteilen, welche Partei im jeweiligen Punkt aktuell aus Ihrer Sicht die bessere Parteilarbeit leistet.

[Partei] entspricht der eigenen Wahlpräferenz (FDP, SP, GLP, EVP, GRÜNE, SVP) resp. FPD oder GLP bei Wählenden von anderen Parteien

in % Stimmberechtigte, die bei den nächsten Nationalratswahlen eine andere Partei als die Mitte wählen würden und zum Mitte-Zusatzpotenzial gehören

■ [Partei] ist deutlich besser als die Mitte
 ■ [Partei] ist besser als die Mitte
 ■ [Partei] ist nur leicht besser als die Mitte
 ■ Beide sind genau gleich
 ■ Die Mitte ist nur leicht besser als [Partei]
 ■ Die Mitte ist besser als [Partei]
 ■ Die Mitte ist deutlich besser als [Partei]
 ■ Keine Antwort möglich



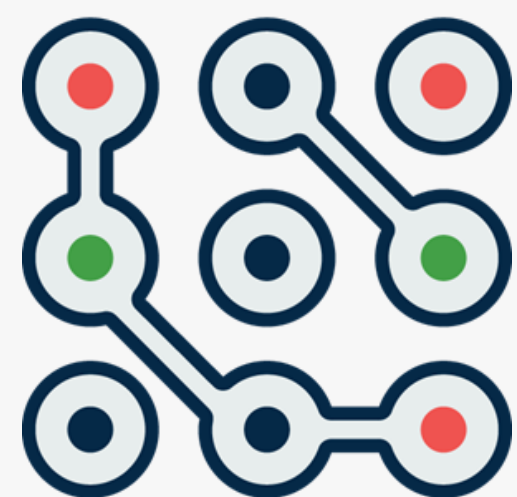
Kapitel 5: Synthese





These 1

In der Stimmbevölkerung ist Netzwerkpflege und Partizipation («gehört werden») sehr wichtig. Das können Informationsanlässe mit Dienstleistern oder der Wirtschaft sein, aber auch Bürgersprechstunden oder Umfragen. Auch bei den Mitgliedern der Mitte sind diese Aktivitäten beliebt.



These 2

Die Zukunft der Aussendarstellung funktioniert weniger über Massenmedien, sondern dank eines hybriden Weges aus physischem Netzwerk, gelebtem Dialog und Respekt und digitaler Aktivierung. Während die Netzwerkpfleger und Partizipation vor Ort für alle Alters- und Wähler:innengruppen bevorzugt wird, sind Internet-Petitionen, digitale Aktionen, persönliche WhatsApp-Gruppen oder Email-Newsletter bevorzugte Kommunikationskanäle, um Personen zu aktivieren.



These 3

Der verantwortungsvolle Einsatz für den Zusammenhalt der Gesellschaft wird als zentraler Wert für die Wahl einer Partei angesehen. Die Mitte kann damit ihren Namen emotional und inhaltlich aufladen. Ein Programm gegen die Polarisierung zu erstellen ist bei Mitgliedern und potenziellen Wähler:innengruppen mit Affinität zum politischen Zentrum und nicht zu rechtsbürgerlichen Positionen sehr beliebt.



These 4

Während der Einsatz gegen die Polarisierung breit unterstützt wird, wird sie von Personen mit Affinität für rechtsbürgerliche Positionen nicht unterstützt. Für das «klassische bürgerliche Potenzial» funktioniert vor allem eines: mit kantigen Aussagen medial für Wirbel zu sorgen. «Bürgerliche» ticken anders als die anderen potenziellen Wähler:innengruppen.

These 5

Social Media-Aktivitäten, bei denen aktuelle Themen in der Tiefe diskutiert werden können, stossen in der Stimmbevölkerung auf Anklang. Ebenfalls ist die Idee, einen verbesserten Auftritt mit Werbung zu erstellen, ein möglicher Weg zum Erfolg.



Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit



Lukas Golder

Co-Leiter

✉ lukas.golder@gfsbern.ch

☎ 031 311 62 10

Martina Mousson

Projektleiterin

✉ martina.mousson@gfsbern.ch

☎ 031 318 20 00

Annick Doriot

Junior Projektleiterin

✉ annick.doriot@gfsbern.ch

☎ 031 555 23 25