

Thorsten Faas
Dietmar Molthagen
Tobias Mörschel *Hrsg.*

Demokratie und Demoskopie

Machen Zahlen Politik?



Springer VS

Demokratie und Demoskopie

Thorsten Faas · Dietmar Molthagen
Tobias Mörschel
(Hrsg.)

Demokratie und Demoskopie

Machen Zahlen Politik?

 Springer VS

Herausgeber

Thorsten Faas
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Mainz, Deutschland

Tobias Mörschel
Friedrich-Ebert-Stiftung
Berlin, Deutschland

Dietmar Molthagen
Friedrich-Ebert-Stiftung
Berlin, Deutschland

ISBN 978-3-658-13676-5 ISBN 978-3-658-13677-2 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-13677-2

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Lektorat: Jan Treibel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature
Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Inhaltsverzeichnis

Zum Wechselverhältnis von Demoskopie und Demokratie	1
Dietmar Molthagen, Tobias Mörschel und Thorsten Faas	
Demoskopische Befunde – ihre Hintergründe, ihre Verarbeitung, ihre Folgen: einige (ein)leitende Überlegungen	7
Thorsten Faas	
Wahlen als Medienereignis	25
Thomas Vesting	
Medien und Demoskopie	41
Peter Dausend	
Zahlen machen Politik – Politik machen mit Zahlen? Zum Verhältnis von Umfragen und Politik	59
Yasmin Fahimi	
Demoskopie: Rolle und Wirkungsweise	67
Yvonne Schroth	
Wer darf was? Rechtliche Fragen zur Demoskopie in der Demokratie	87
Martin Fehndrich	
Beeinflussen veröffentlichte Umfrageergebnisse die Wählerschaft?	97
Hanna Hoffmann	
<i>Wishful thinking</i> und Fallbeil-Effekt? Umfragen, Medien und Wählerwartungen bezüglich FDP und AfD in der Endphase des Bundestagswahlkampfes 2013	121
Carsten Reinemann und Thomas Zerback	

Aktuelle Herausforderungen der strategischen Politikforschung	151
Rainer Stocker	
Der Nichtwähler im Fokus – neue Methoden zur Kommunikation mit politikfernen Nichtwählern	163
Jana Faus	

Die Autorinnen und Autoren

Peter Dausend ist Parlamentskorrespondent in der Hauptstadredaktion der ZEIT.

Dr. Thorsten Faas ist Professor für Politikwissenschaft im Bereich „Empirische Politikforschung“ an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz.

Yasmin Fahimi ist Staatssekretärin im Bundesministerium für Arbeit und Soziales und war bis Ende 2015 Generalsekretärin der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands.

Jana Faus ist Geschäftsführerin der *pollytix strategic research GmbH*.

Dr. Martin Fehndrich ist Physiker und Betreiber des Portals *Wahlrecht.de*.

Dr. Hanna Hoffmann ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

Dr. Dietmar Molthagen ist Referent bei der Friedrich-Ebert-Stiftung.

Dr. Tobias Mörschel ist Referent bei der Friedrich-Ebert-Stiftung.

Dr. Carsten Reinemann ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dr. Yvonne Schroth ist Mitglied des Vorstands der Forschungsgruppe Wahlen e. V.

Rainer Stocker hat an den Universitäten Konstanz und Leiden (Niederlande) Politik- und Verwaltungswissenschaft studiert. Von 2010 bis Ende 2014 war er Projektleiter bei TNS Infratest Politikforschung.

Dr. Thomas Vesting ist Professor für Öffentliches Recht, Recht und Theorie der Medien an der Goethe-Universität Frankfurt.

Dr. Thomas Zerback ist Akademischer Rat am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Zum Wechselverhältnis von Demoskopie und Demokratie

Dietmar Molthagen, Tobias Mörschel und Thorsten Faas

„Die unheimliche Macht der Meinungsforscher“, titelte die „Welt am Sonntag“ am 15. September 2013, eine Woche vor der Bundestagswahl. Eine Zeitungsoberschrift, die das intensive Nachdenken über das Verhältnis von Politik und Umfragen zeigt. Zum einen verleiht sie den Demoskopien „Macht“ und spiegelt somit den Eindruck wider, Umfragen hätten hohe politische Bedeutung. Zugleich zeigt sich ein gewisses Unbehagen gegenüber dieser vermuteten hohen Bedeutung der Demoskopie. Denn bei Wahlen soll der Wähler – im vermutlich nie erreichten Idealbild – unabhängig und auf Grundlage seines politischen Wissens sowie seiner politischen Präferenz entscheiden und nicht etwa von Meinungsforschern in eine bestimmte Richtung beeinflusst worden sein. Die Grundfrage dieses Sammelbandes nach der Rolle der Demoskopie in der Demokratie klingt in der Debatte über Umfragen vor der Bundestagswahl 2013 bereits an. Und sie war eines der zentralen Erkenntnisinteressen der diesem Buch zugrunde liegenden Konferenz der Friedrich-Ebert-Stiftung. Machen Zahlen Politik oder wird mit Zahlen Politik gemacht? Dieser vermeintlich einfachen, aber demokratietheoretisch bedeutsamen und höchst komplexen Frage gehen die vorliegenden Beiträge nach. Einleitend soll an dieser Stelle ein vierfaches Wechselverhältnis von Demokratie und Demoskopie entfaltet werden.

D. Molthagen (✉) · T. Mörschel
Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin, Deutschland
E-Mail: dietmar.molthagen@fes.de

T. Mörschel
E-Mail: tobias.moerschel@fes.de

T. Faas
Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Mainz, Deutschland
E-Mail: thorsten.faas@uni-mainz.de

Blicken wir noch einmal in den Herbst 2013 zurück und schauen auf ein erstes Wechselverhältnis. „Gewonnen“ haben bei der Bundestagswahl wieder einmal die Demoskopien: Das Wahlergebnis und die letzten Umfragen lagen nah beieinander. Mit wenigen Ausnahmen – die spektakulärste war sicherlich die Bundestagswahl 2005, bei der sich Wahlergebnis und vorherige Umfragen letztmalig deutlich unterschieden – ist diese Nähe von Umfragedaten und Wahlergebnis zur Gewohnheit geworden. Umfragedaten sind dadurch entsprechend politisch bedeutsam geworden. Aufgrund ihrer hohen Genauigkeit in Bezug auf jüngere Wahlergebnisse lesen viele Wählerinnen und Wähler und nicht zuletzt die Mehrheit der Politikjournalisten die Zahlen als valides Stimmungsbild und aussagefähige Prognose für die kommende Wahl. Auch wenn Demoskopien immer wieder betonen, dass ihre Daten gerade keine Prognosen, sondern vielmehr Momentaufnahmen seien, sind ihre Zahlen zu einer harten politischen Währung geworden, mit der munter auf dem Meinungsmarkt gehandelt wird.

Es lässt sich also konstatieren, dass Meinungsumfragen ein fester Bestandteil der politischen Öffentlichkeit sind. Fast wöchentlich gibt es neue Zahlen zur Beliebtheit von Politikerinnen und Politikern, zur Bewertung der Arbeit von Regierung und Opposition, zu den Wahlaussichten der Parteien, falls am kommenden Sonntag eine Wahl anstünde, und zur Wichtigkeit einzelner politischer Themen. Ebenso fester Bestandteil sind die Ergebnisse dieser Umfragen im Politikjournalismus, der sie verbreitet und oftmals auch interpretiert. Brisanz erhält diese Entwicklung durch zwei Faktoren: Erstens hat sich die Anzahl der Umfragen in den vergangenen Jahren deutlich erhöht. Immer mehr Redaktionen und Institutionen geben Erhebungen in Auftrag. Und aus den bestehenden Daten werden von Meinungsforschern immer neue Konstellationen ausgerechnet, die dann wiederum als Meinungsbilder den Medien angeboten werden. Und Redaktionen sind ein permanenter dankbarer Abnehmer von Umfragedaten, die offensichtlich einen ungebrochen hohen Nachrichtenwert besitzen. Dies war ein Grund, warum das ZDF im Vorfeld der Bundestagswahl 2013 entschied, erstmals auch in der letzten Woche vor dem Wahltermin noch frische Umfragedaten zu veröffentlichen. Das ZDF-Politbarometer mit den von der Forschungsgruppe Wahlen erhobenen Zahlen wurde am 19. September, also am Donnerstag vor der Wahl, ausgestrahlt. Die RTL-Gruppe brachte von Forsa ermittelte Umfragedaten am Freitag. Und beide Male wurden die Umfragen in Print- und Online-Medien aufgegriffen und weit verbreitet. Bedenkt man, dass laut Studien viele Wählerinnen und Wähler erst in den letzten Tagen vor dem Wahltermin ihre Entscheidung treffen, ist die im September 2013 entstandene Debatte über eine mögliche wahlbeeinflussende Wirkung von Umfragedaten, die exemplarisch im oben zitierten Artikel der „Welt am Sonntag“ anklingt, verständlich.

Hinzu kommt, dass viele Wahlentscheidungen in den vergangenen Jahren sehr knapp waren. Es macht für die betreffende Partei einen immensen Unterschied, ob sie etwas mehr als fünf Prozent der Stimmen erhält oder knapp an der Fünfprozenthürde scheitert. So hat erst die Tatsache, dass im September 2013 sowohl die FDP als auch die AfD keine Abgeordneten in den Deutschen Bundestag entsenden konnten, eine Regierungsbeteiligung der Sozialdemokraten ermöglicht, obwohl eine absolute Mehrheit von mehr als 51 % der Stimmen an Parteien rechts von ihr abgegeben worden waren. Aber auch die Mehrheitsbildung in Landesparlamenten war zuletzt mehrfach sehr knapp. In mehreren Ländern verfügen die Regierungskoalitionen nur über jeweils eine Stimme Mehrheit in den jeweiligen Landtagen, sodass wenige Prozentpunkte des Stimmenanteils den Ausschlag für oder gegen eine Regierungskoalition gegeben haben.

Hier stellt sich die berühmte Huhn-Ei-Frage: Ob Meinungsumfragen bestehende politische Einstellungen und Parteipräferenzen abbilden oder ob vielmehr durch Umfragen Einfluss auf eben diese politische Entscheidungsfindung genommen wird, der unter Umständen die entscheidenden Verschiebungen bei einem knappen Wahlergebnis bedingt, ist in der Forschung noch immer umstritten. Sicher ist jedoch, dass sowohl die Zunahme und zeitliche Verschiebung von Umfragen näher an den Wahltag als auch die knappen Entscheidungen in einem heterogener gewordenen Parteiensystem die Entscheidungsfindung des Wählers beeinflussen. Der Wähler denkt sehr wohl darüber nach, ob er seine Stimme dem voraussichtlichen Sieger oder Verlierer gibt oder ob die eigene Stimme möglicherweise verschenkt ist, da die präferierte Partei an der Fünfprozenthürde zu scheitern droht. Demoskopie ist somit ein politischer Faktor in der parlamentarischen Demokratie, die wesentlich auf der Machtvergabe durch Wahlen beruht.

Die Bedeutung von Umfragen bei der individuellen Wahlentscheidung ist eine erste Dimension des Wechselverhältnisses von Demoskopie und Demokratie. Eine weitere zeigt sich auf einer fundamentaleren Ebene: Durch die mittlerweile permanente Befragung der Bevölkerung und die beschriebene enge Symbiose mit politischem Journalismus hat die Demoskopie auch Einfluss auf die politische Kultur in der Demokratie. Wie eingangs dargelegt, werden Zahlen zu Nachrichten und ziehen anschließend weitere Berichterstattung nach sich. Nach der ersten Nachricht mit den reinen Umfragedaten folgt in vielen Medien die Auswertung der Zahlen. Politikerinnen und Politiker sollen in Interviews erklären, warum ihre Partei oder sie selbst in der Umfrage Prozentpunkte gewonnen oder verloren haben. Bei einer solchen Interviewführung steht jedoch die strategische Deutung der politischen Lage im Vordergrund und die Thematisierung politischer Inhalte oder Vorhaben im Hintergrund. Politikberichterstattung wird zu einer sogenannten „Horse-Race“-Berichterstattung: Sie wird auf eine Art Wettrennen reduziert, bei der am interessantesten scheint, wer als Erstes ins Ziel kommt, und nicht, was der Gewinner nach dem Zieleinlauf zu machen gedenkt.

Durch die regelmäßige mediale Aufbereitung von Umfrageergebnissen entsteht ein quasi sportlicher Effekt: Politiker werden wie Bundesligavereine in einer Beliebtheitstabelle dargestellt, zudem wird analysiert, wer in der Gunst des Publikums sinkt oder steigt. Diese „Haltungsnoten“ befördern die Personalisierung der Politik und eine Tendenz zur „Stimmungsdemokratie“. Diese ist aber weitgehend inhaltsleer. Die politische Debatte wird ausgehöhlt, wenn primär darüber geredet wird, warum der Politiker A oder die Partei B beliebt oder unbeliebt sind, und weniger, warum ein politisches Anliegen, ein Gesetzesvorhaben richtig oder falsch ist.

In diesem Sinne tragen Umfragen und die starke Berichterstattung über sie zur viel beklagten angeblichen Inhaltsleere von Politik bei, die gern kritisiert wird. In den Bundestagswahlkämpfen sowohl 2009 als auch 2013 war in vielen Zeitungen die Klage zu lesen, die Wahlkämpfe der Parteien seien inhaltsleer. Bürgerinnen und Bürger äußern in Meinungsumfragen oft den Eindruck, Parteien unterscheiden sich immer weniger voneinander. Bei aller Berechtigung der Debatte über Formen und Inhalte von Wahlkämpfen ist jedoch festzuhalten, dass die häufige Auseinandersetzung mit demoskopischen Daten ebenfalls zu der beklagten Inhaltsarmut beigetragen hat. So wurde beispielsweise der SPD-Spitzenkandidat bei der Bundestagswahl 2013, Peer Steinbrück, permanent gefragt, was er zu den für die SPD unerfreulichen Umfragezahlen sagt, aber deutlich seltener, was er und seine Partei im Falle eines Wahlsieges anders machen wollen.

Es ist daher durchaus berechtigt, nach der Bedeutung der zahlreichen Umfragen und ihrer hohen medialen Präsenz für die politische Debatte – ja für die Demokratie insgesamt – zu fragen. Es zeigt sich ein drittes Wechselverhältnis von Demoskopie und Demokratie. Wobei speziell an dieser Stelle darauf hingewiesen werden muss, dass der Demoskopie diese Bedeutung nur im Zusammenspiel mit Medien zuwächst. Erst durch die mediale Verbreitung erfahren Umfragedaten die skizzierte politische Bedeutung. Medien nehmen dabei eine Doppelrolle im Verhältnis von Demokratie und Demoskopie ein. Sie sind zum einen wichtiger Auftraggeber von Umfragen – zum Beispiel beim ARD-Deutschlandtrend oder beim ZDF-Politbarometer. Medien sind aber zugleich der wichtigste Abnehmer von Umfragen und ihren Zahlen und prägen damit die politische Debatte.

Ein viertes Wechselspiel von Demoskopie und Demokratie beginnt mit der Frage, wer in Umfragen eigentlich befragt wird. Von den 1980er- bis in die 2000er-Jahre sank die Wahlbeteiligung auf allen Ebenen zumindest in der Tendenz kontinuierlich. Zuletzt hat sie sich bei Werten von gut 70 % bei Bundestags- und zwischen 50 und 60 % bei Landtagswahlen stabilisiert. Somit bleiben erhebliche Teile der Bevölkerung der Wahl fern – stets mehr, als vorher in Umfragen angegeben haben, sicher oder möglicherweise nicht an der Wahl teilzunehmen.

Inwieweit dieses in der Forschung seit Jahren bekannte *overreporting* bedeutsam ist, bleibt umstritten. Die eingangs erwähnte große Nähe von Vorwählerhebungen und Wahlergebnis legt den Schluss nahe, es sei irrelevant. Andererseits darf die Frage zumindest gestellt werden, ob politikferne Bürgerinnen und Bürger, die seit mehreren Wahlen ihre Stimme nicht abgegeben haben, bereit sind, an politischen Befragungen teilzunehmen. Auch in den Fachdebatten der empirischen Sozialforschung ist umstritten, wie die Bürgerinnen und Bürger bestmöglich erreicht und damit eine Repräsentativität der Ergebnisse jenseits der Fallzahl und der Zufallsauswahl der Personen sichergestellt wird. Denn mit Blick auf eine lebendige Demokratie wäre es überaus unbefriedigend, wenn Umfragen deswegen so akkurat wären, weil ihnen die gleichen Personengruppen fernbleiben, die auch nicht wählen gehen. Dies würde mehr denn je bedeuten, dass ein Teil der Bevölkerung vom politischen Diskurs ebenso wie vom politischen Entscheidungsprozess abgekoppelt wäre, wie dies bereits im Jahr 2007 eine Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung befürchtete. Gerade weil Umfrageergebnisse im oben geschilderten Sinn durchaus politisch bedeutsam sind und Entscheidungen sowohl des Wählers als auch von Politikern mit beeinflussen, ist es umso wichtiger, dass sie die gesellschaftliche Wirklichkeit so korrekt und umfangreich wie möglich abbilden.

Demoskopie und Demokratie stehen also in einem vierfachen Wechselverhältnis. Dies nahm die Friedrich-Ebert-Stiftung im April 2014 zum Anlass, gemeinsam mit dem Bereich „Empirische Politikforschung“ der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz eine Fachtagung zu eben diesem Wechselverhältnis auszurichten. Die zentrale Aufgabe der Friedrich-Ebert-Stiftung ist die politische Bildung im Sinne der Demokratieförderung. Deswegen lässt sie in Studien regelmäßig die Entwicklung unserer Demokratie, des Parteiensystems und der Zustimmung der Bevölkerung zu den demokratischen Grundwerten analysieren. Und in öffentlichen Foren werden die Ergebnisse zur Diskussion gestellt – sei es zur Verbreitung rechtsextremer und menschenverachtender Einstellungen in Deutschland, zu Nichtwählerinnen und Nichtwählern oder zur politischen (Un-)Zufriedenheit mit den Volksparteien. Zudem werden regelmäßig Grundfragen des demokratischen Gemeinwesens zur Diskussion gestellt – so etwa auf den großen Demokratie- oder Wertekongressen, aus denen jeweils umfangreiche und vieldimensionale Sammelbände entstanden sind.

Der vorliegende Band setzt diese Auseinandersetzung über den Zustand und die Verfasstheit der Demokratie in Deutschland fort. Er möchte die Debatte über das so komplexe Wechselverhältnis von Demokratie und Demoskopie auf eine möglichst breite wissenschaftliche Grundlage stellen und den Austausch von Politik, Demoskopie, Medien, Wissenschaft und Öffentlichkeit hierzu vertiefen. Dazu wird im nächsten Beitrag zunächst ein heuristisches Raster zur Analyse von

Umfragen (und ihren Folgen) vorgestellt. Die folgenden Artikel nähern sich den hier aufgezeigten Wechselverhältnissen von Demokratie und Demoskopie auf verschiedenen Wegen an und vertiefen die Erkenntnisse interdisziplinär aus wissenschaftlicher, politischer und demoskopischer Perspektive.

Abschließend danken die Herausgeber allen Autorinnen und Autoren des vorliegenden Bandes sowie allen, die zu seinem Erscheinen sowie zum Gelingen der Fachtagung im April 2014 beigetragen haben.

Demoskopische Befunde – ihre Hintergründe, ihre Verarbeitung, ihre Folgen: einige (ein)leitende Überlegungen

Thorsten Faas

1 Einleitung

Zu sagen, die Geschichte der Demoskopie sei eine Geschichte voller Missverständnisse, wäre übertrieben. Dass es sich um eine Geschichte voller Herausforderungen handelt, scheint dagegen eine durchaus angemessene Beschreibung zu sein. Verschiedene Wahlen der jüngeren Vergangenheit haben dies eindrucksvoll bestätigt: War etwa noch im Vorfeld der britischen Unterhauswahl vom 7. Mai 2015 auf der Basis veröffentlichter Umfrageergebnisse von einem spannenden Kopf-an-Kopf-Rennen die Rede, so stand am Ende des Urnengangs eine absolute Mehrheit von Premierminister David Cameron. Sein Herausforderer von der *Labour Party*, Ed Miliband, erklärte am Tag nach der Wahl seinen Rücktritt. Nur einige wenige Tage später, nämlich am 10. Mai 2015, fand – international etwas weniger beachtet – die Wahl der neuen bremischen Bürgerschaft statt. Umfragen hatten den gemeinsam mit den Grünen regierenden Sozialdemokraten zwischen 36 und 38 % der Stimmen vorhergesagt. Am Ende des Wahlabends standen aber lediglich 32,8 % zu Buche. In der Folge trat auch hier Bürgermeister Jens Böhrnsen (SPD) zurück. Auch das demoskopisch vorhergesagte Kopf-an-Kopf-Rennen bei der jüngsten Parlamentswahl in Griechenland fiel zugunsten eines klaren Wahlsiegs von Alexis Tsipras aus. Natürlich ist es keineswegs so, dass

T. Faas (✉)

Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Mainz, Deutschland

E-Mail: thorsten.faas@uni-mainz.de

prognostizierte Kopf-an-Kopf-Rennen nie Realität werden. Die jüngste Wahl in Kroatien etwa hat am Ende tatsächlich nach einem auch dort vorhergesagten Kopf-an-Kopf-Rennen zu einem sehr knappen Wahlausgang mit einem Patt zwischen den beiden größten Parteien geführt. Aber auch hier gab es am Ende eine Überraschung, nämlich das sehr gute Abschneiden der (kleinen) Partei *Most*.

Bei aller Unterschiedlichkeit, etwa hinsichtlich der weltpolitischen Bedeutung, des jeweiligen Wahlsystems oder auch des letztlichsten Ausgangs, ähneln sich diese Wahlen doch in frappierender Art und Weise: In praktisch allen Fällen hatten im Vorfeld bestimmte, vor allem durch demoskopische Befunde gespeiste Erwartungen bestanden, die sich dann an den jeweiligen Wahltagen nicht materialisierten. Die in der Folge bei bestimmten Parteien vorherrschende Enttäuschung war dabei so groß, dass sich in einigen Fällen sogar deren führende Vertreter veranlasst sahen, ihre Ämter zur Verfügung zu stellen. Solche Überraschungen an Wahlabenden sind dabei kein neues Phänomen des Wahljahres 2015. Man muss nur zwei Jahre zurückschauen auf das Wahljahr 2013, um festzustellen, dass es auch damals Wahlabende mit Überraschungen gab: So endete der Abend der Bundestagswahl 2013 für die FDP nicht nur mit einem historischen Desaster, nämlich dem erstmaligen Nichteinzug in den Deutschen Bundestag, sondern auch mit einem unerwarteten: Jüngste Umfragen vor der Wahl – eine davon sogar noch veröffentlicht in einer Sonntagszeitung just am Tag der Bundestagswahl – hatten die Partei doch über der Fünf-Prozent-Sperrklausel gesehen. Zu Beginn des Jahres 2013 hatten die Liberalen noch genau gegenteilige Erfahrungen gemacht: In Niedersachsen hatten eigentlich alle politischen Beobachter, aber auch die Partei selbst eher mit einem Scheitern gerechnet, in jedem Fall aber mit einem aus ihrer Sicht sehr knappen Wahlausgang rund um fünf Prozent. Am Ende waren daraus für die Liberalen fast zehn Prozent geworden.

Ein weiteres prominentes Beispiel – mit ähnlicher Konstellation wie bei der Niedersachsen-Wahl 2013 – ist die Bundestagswahl 2005: In großer Einhelligkeit hatten damals die Institute die Union unter Angela Merkel sehr viel stärker gesehen, als sie am Ende letztlich abschnitt, während die FDP stark unterschätzt wurde. Dementsprechend groß waren die Überraschung beim Wahlvolk und der Schock bei den Betroffenen – und dementsprechend harsch die Kritik an den Meinungsforschern. Wieder einmal wurde den Demoskopen ein „Debakel“, wenn nicht gar ein „Desaster“ attestiert, und sie wurden als die „eigentlichen Wahlverlierer“ identifiziert, während sich die SPD am Ende ihres Wahlkampfes als „Umfragesieger-Besieger“ brüsten konnte.

Keine Frage: Dieser bestenfalls kursorische Streifzug durch die jüngere Geschichte der Demoskopie zeichnet ein sehr verzerrtes Bild, verschweigt er

doch die vielen, vielen Wahlen, in deren Vorfeld demoskopische Befunde dem letztlichen Wahlausgang tatsächlich entsprochen haben oder zumindest sehr nahe gekommen sind. Diese Fälle mit präzisen demoskopischen Informationen sind sogar eher die Regel, die zuvor erwähnten Abweichungen bilden die Ausnahme. Und doch haben sich gerade die Ausreißer als produktive Anstifter von Diskussionen rund um die Demoskopie erwiesen, während die Demoskopie und ihre Befunde ansonsten „lediglich“ als (informativer) Teil der routinisierten Berichterstattung rund um Wahlen auftauchen: Im Nachgang der britischen Unterhauswahl 1992, bei der Umfragen und Ergebnisse ebenfalls weit auseinanderlagen, gab es einen umfassenden Bericht („The Opinion Polls and the 1992 General Election“) für die Market Research Society in Großbritannien¹, der die Abweichungen zwischen Vorwahldemoskopie und Wahlausgang umfassend aufgearbeitet hat. 2005 gab es am Tag nach der Bundestagswahl eine geradezu legendäre Bundespressekonferenz, in deren Rahmen sich die führenden Vertreterinnen und Vertreter der Demoskopie in Deutschland den Fragen der Hauptstadtjournalisten stellten. 2013 hat das ZDF die Wahl in Niedersachsen zum Anlass genommen, eine zuvor über viele Jahre gepflegte Selbstverpflichtung aufzukündigen. Diese sah vor, dass die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten (also ARD und ZDF) in der Woche unmittelbar vor einer Wahl keine Ergebnisse von Vorwahlaufumfragen mehr veröffentlichen. Nach der Wahl in Niedersachsen aber hat das ZDF in einer Pressemitteilung verkündet: „Wir sehen uns daher in der Pflicht, den Wähler mit einem aktuellen Stimmungsbild zu informieren und ihn nicht wider besseres Wissen auf dem Stand veralteter Informationen zu lassen, erklärte Bellut. Eine umfassende Auswertung der Forschungsgruppe Wahlen habe ergeben, dass die bisher unveröffentlichten, kurzfristigen Umfragen vor Wahlen deutlich geringere Fehlerquoten aufwiesen als die letztveröffentlichten Daten zehn Tage vor der Wahl.“ Diese Praxis, auch in der Woche vor der Wahl noch neue Zahlen zu veröffentlichen, hat das ZDF bei allen Wahlen seitdem verfolgt – letztlich als Resultat der Diskrepanz, die sich bei der Wahl in Niedersachsen zwischen Umfragen und Ergebnissen eingestellt hatte. Auch in Großbritannien hat sich jüngst im Nachgang zur jüngsten Unterhauswahl wieder eine kritische Diskussion über Hintergründe, Verarbeitungsprozesse und Folgen von demoskopischen Befunden ergeben. Die offizielle „Inquiry into the 2015 pre-election polls: preliminary findings and conclusions“ hat dazu kürzlich ihre ersten (vorläufigen) Ergebnisse vorgelegt.²

¹Abrufbar unter <http://www.ncrm.ac.uk/polling/documents/The%20Opinion%20Polls%20and%20the%201992%20General%20Election.pdf>.

²Abrufbar unter http://www.ncrm.ac.uk/polling/documents/19Jan_slides_Final1.pdf.

Offenkundig werden die Demoskopie und ihre Befunde für so wichtig erachtet, dass man sie – gerade in Momenten ihres vermeintlichen Scheiterns – kritisch unter die Lupe nehmen sollte.

Letztlich könnte man auch mit Blick auf die Bundestagswahl 2013 (und den Knalleffekt des Scheiterns der FDP) sagen, dass diese zu einer kritischen Auseinandersetzung mit der Demoskopie und ihren Befunden geführt hat – nämlich in Form der Fachtagung „Demokratie und Demoskopie“, die im April 2014 bei der Friedrich-Ebert-Stiftung in Berlin stattfand. Ziel dieser Tagung war es, eine Plattform für einen Austausch zwischen Demoskopien, Medien, Politik, Wissenschaft und Öffentlichkeit zu schaffen. Es sollten vor allem Informationen ausgetauscht, Veränderungen des demoskopischen Kontexts ebenso wie der methodischen Ansätze diskutiert und somit Diskussion und Transparenz rund um Demoskopie geschaffen werden. Ich hatte damals im Rahmen dieser Tagung die Freude und Ehre, einen einleitenden, die weitere Tagung strukturierenden Vortrag zu halten. Der vorliegende Beitrag ist das verschriftlichte Resultat davon. Anspruch sowohl des Vortrags als auch des vorliegenden Beitrags war es *nicht*, den Forschungsstand rund um demoskopische Umfragen samt ihren Hintergründen und vermuteten Folgen zu präsentieren. Stattdessen ging und geht es erstens darum, ein analytisches Raster vorzuschlagen, anhand dessen man sich Fragen rund um Demoskopie nähern kann. Zweitens soll das Raster in eher anekdotischer Art und Weise und nur punktuell gefüllt werden, um seine potenzielle Nützlichkeit aufzuzeigen. Die weiteren Beiträge dieses Buches widmen sich zahlreichen Punkten im Detail. Im anschließenden Teil wird nun dieses Raster kurz eingeführt, ehe die folgenden Abschnitte die einzelnen Elemente dieses Rasters aufgreifen und vertiefen.

2 Ein analytisches Raster zur Betrachtung von Umfragen

Umfrage ist nicht gleich Umfrage – manchmal „stimmen“ sie, manchmal nicht, wie wir eingangs gesehen haben. Mögliche Unterschiede zwischen Umfragen gehen aber sehr weit darüber hinaus: Wie kommt eine Umfrage zustande? Wer hat sie in Auftrag gegeben? Welchen Anspruch hat sie? Manche Umfragen sollen bevölkerungsrepräsentativ sein, andere nicht. Was ist das Thema der Umfrage? Geht es um Kauf- oder Wahlverhalten? Oder etwas ganz anderes? Was ist der Zweck einer Umfrage? Manche Umfragen verfolgen das Ziel, für interne Zwecke etwas über Konsumenten oder Wählerinnen zu erfahren; andere sind von Beginn an darauf ausgerichtet, die Ergebnisse öffentlichkeitswirksam zu publizieren.

Und selbst das lässt sich nochmals danach unterteilen, ob die Öffentlichkeit bloß informiert oder von etwas überzeugt werden soll.

Es lohnt sich, solche Fragen mit Blick auf Umfragen zu stellen, um sie besser verstehen und einordnen zu können, gerade mit Blick auf mögliche Wahrnehmungsmuster und Wirkungsmuster in der Öffentlichkeit. Im Lichte der Tagung 2014, die unter dem Titel „Demokratie und Demoskopie“ stand, möchte ich dennoch gleich zu Beginn eine wichtige Einschränkung machen: Durch den Begriff der Demoskopie (und erst recht der Demokratie) ist nämlich eine bestimmte Stoßrichtung vorgegeben: Demoskopie und Demokratie teilen etymologisch den Wortstamm des *demōs*, der das *Staatsvolk* beschreibt. Die Demoskopie möchte dieses Staatsvolk „betrachten“ und beschreiben, in der Demokratie hat dieses Staatsvolk die Macht. In diesem Lichte möchte ich mich auf „demoskopische“ – und das heißt für mich politische oder noch enger wahlbezogene – Umfragen beschränken. Letztlich sind „Sonntagsfragen“ – also Umfragen bezogen auf das mögliche Wahlverhalten der Menschen an mehr oder minder weit entfernt liegenden Wahlsonntagen – der Inbegriff dessen, was hier im Mittelpunkt steht: politik- und wahlbezogene Umfragen im öffentlich sichtbaren Raum, die mit dem Anspruch, „repräsentativ“ zu sein, veröffentlicht werden.

Sonntagsfragen gehören zum festen Bestandteil politischer Kommunikation. Angesichts ihrer Omnipräsenz und Selbstverständlichkeit mag man mitunter vergessen, dass ihnen ein komplexer Produktions- und Konstruktionsprozess zugrunde liegt. Genau diesen Prozess soll das hier vorgeschlagene heuristische Modell (siehe auch Faas 2014) aufzeigen. Abb. 1 zeigt das Modell in der Übersicht: Ein Auftraggeber gibt eine Umfrage in Auftrag, aufseiten des demoskopischen Instituts, das den Auftrag bekommen hat, kommt der Prozess der Datenerhebung in Gang. Sind die Daten „eingefahren“, gilt es, sie zu analysieren, ehe im Anschluss darüber berichtet wird. Erst damit ist letztlich die Voraussetzung dafür geschaffen, dass eine breitere Öffentlichkeit von den Ergebnissen einer Umfrage erfährt – sofern die Umfrage für die Öffentlichkeit bestimmt ist. Aber selbst im Falle „interner“ Umfragen ist erst mit der Berichterstattung an den Auftraggeber dessen Wahrnehmungsebene wieder erreicht – und erst nach einer Wahrnehmung kann sich möglicherweise eine Reaktion, ein Effekt einstellen. Und in Reaktion darauf ergibt sich möglicherweise eine demoskopische Folgestudie.

Man kann es auch einmal konkret durchspielen: Das ZDF gibt bei der Forschungsgruppe Wahlen ein Politbarometer in Auftrag. Die Forschungsgruppe lässt daraufhin ihre Interviewer telefonische Interviews durchführen. Auf Basis der so gewonnenen Daten werden Analysen vorgenommen, über die in einem vom ZDF ausgestrahlten Politbarometer berichtet wird. Die Öffentlichkeit – Bürgerinnen und Bürger, Parteien und Politiker, aber auch andere Journalisten und Demoskopen – nimmt diese

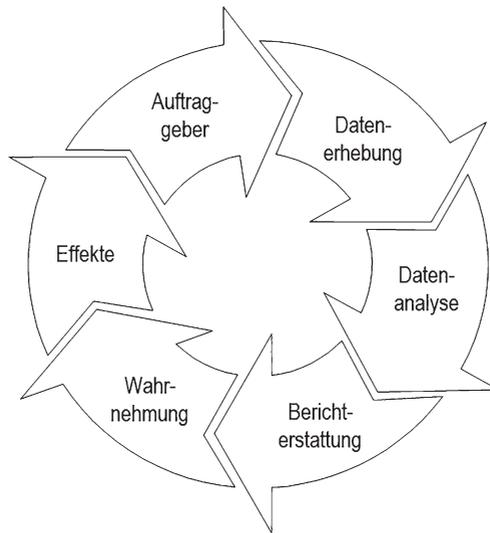


Abb. 1 Ein analytisches Raster zur Betrachtung von Umfragen. (Quelle: eigene Darstellung)

Ergebnisse wahr (oder auch nicht). Und möglicherweise reagiert sie darauf: Bürger, indem sie ihre Einstellungen und ihre (Wahl-)Verhaltensabsichten anpassen, Parteien und Politiker, indem sie ihren Auftritt oder ihre Strategie anpassen.

Das Schaubild vermittelt dabei in geradezu fahrlässiger Weise das Bild eines wohl sortierten Kreislaufs. Aber was hier so fein säuberlich getrennt wirkt, ist in Wahrheit natürlich ein höchst unübersichtlicher Prozess, der sich in einem dynamischen Marktumfeld mit vielen beteiligten Akteuren (Auftraggebern wie Erhebungsinstituten) abspielt. Analytisch kann man sich gleichwohl jeder Umfrage mit dieser heuristischen Brille nähern, um die Voraussetzungen von Wahrnehmungen und Wirkungen – wie auch diese selbst – zu betrachten. Dieser Logik folgend sollen die einzelnen Schritte in den folgenden Abschnitten aufgegriffen und schlaglichtartig beleuchtet werden.

3 Auftraggeber

Wirft man im ersten Schritt einen Blick auf den Auftraggeber potenzieller Studien, so wird man feststellen, dass die meisten Umfragen, die zu veröffentlichten Sonntagsfragen führen, von Medien in Auftrag gegeben werden. Die Übersicht, die von Wahlrecht.de dankenswerterweise minutiös gepflegt wird, zeigt dies