

2 Die politische Meinungsforschung in Deutschland

„Seit es ein Instrument gibt, mit dem sich die Meinungen rasch und präzise registrieren lassen, gerät die Methode in den Geruch des Unerlaubten“ (Hartenstein 1967: 286).

2.1 Die Begriffsabgrenzung

... handelt es sich vielleicht nur um ein Missverständnis?

Der „*Geruch des Unerlaubten*“ haftet der politischen Meinungsforschung besonders penetrant in den Wahljahren an. Der Kreativität des Journalismus sind dabei keine Grenzen gesetzt: Die begriffliche Vielfalt reicht von „*Blamage*“ und „*Elend*“ über „*Debakel*“ bis zur „*Ohnmacht*“ der Demoskopie.⁴ Die Wähler fragen sich dabei, wie ein Wahlergebnis prognostiziert werden kann, ohne jeden einzelnen von ihnen zu befragen. Dies macht deutlich, dass das öffentliche Verständnis der politischen Meinungsforschung eher gering ist. Solch ein Unverständnis äußert sich nur allzu oft in Missmut. Dieser Missmut, wenn ein erhobenes Stimmungsbild nicht exakt dem amtlichen Wahlergebnis entspricht, entlarvt ein profundes Nichtwissen, dem entgegengegangen werden muss.

Das folgende erste Teilkapitel beleuchtet die wissenschaftliche Herkunft der Meinungsforschung, die verschiedenartige Begriffsverwendung, die Aufgaben- und Themenbereiche, die verwendeten Methoden und die Aussagemöglichkeiten des Mysteriums „politische Meinungsforschung“. Münden wird dieser Abriss in einer umfassenden Definition, die helfen soll, den Missmut und die überzogenen Erwartungen an diese Wissenschaft zu reduzieren. Eine Aufklärung über ihre Dienste und ihre Schwachstellen könnte dazu beitragen, dieses Missverständnis aufzulösen und der politischen Meinungsforschung den ihr nach wie vor anhaftenden „*Geruch des Unerlaubten*“ zu nehmen.

Die empirische Sozialforschung beinhaltet im Wesentlichen die Erhebung und Beschreibung von sozialwissenschaftlichen Sachverhalten (Kriz 1991: 109).

4 „*Blamage*“, in: Die Zeit (Frenkel 1998), „*Elend der Demoskopie*“, in: Spiegel online (Gehrmann 2002), „*Debakel der Demoskopie*“, in: Die Welt (Diering 2005), „*Ohnmacht der Demoskopie*“, in: Süddeutsche Zeitung (Jakobs 2010).

Methodisch stehen für die Erhebung der Daten folgende Instrumente zur Verfügung: das Experiment, die Beobachtung und die Befragung. Die Wahlforschung beschäftigt sich unter verschiedenen Perspektiven und mit unterschiedlichen Methoden und Forschungsinteressen mit dem Phänomen der Wahl. Ein Zweig dieser Disziplin ist die Wahlsoziologie. Sie zielt auf die Deskription, Erklärung und Prognose der Wahlbeteiligung, die Formierung der individuellen Wählerentscheidungen und die Verteilung der Parteipräferenzen in der Wählerschaft ab (Schultze 1991: 769f.). Auf der Suche nach den wahlentscheidenden Bestimmungsfaktoren hat sich die Befragung als methodisches Kriterium am effektivsten erwiesen. Bei der Umfrageforschung werden Individuen eines repräsentativen Querschnitts mit meist standardisierten Instrumenten, üblicherweise mündlich, zu verschiedenen Themengebieten befragt (Kaase 1985: 1043f.). Die Wahlsoziologie als Gegenstandsbereich gibt hier dieses Themengebiet vor.

Die Mischung aus Gegenstands- beziehungsweise Themenbereich und dem festgelegten methodischen Vorgehen ergibt den Forschungszweig, der den Fokus dieser Arbeit bildet: die Meinungsforschung. Synonym für diesen Begriff stehen laut Duden (2007c: 609) unter anderem „*Demoskopie*“ und „*Umfrage*“. Da letzterer nur den methodischen Aspekt abdeckt, nicht aber den thematischen, wird auf diese synonyme Verwendung hier verzichtet.

Demoskopie ist ein aus dem Griechischen stammendes Kunstwort, zusammengesetzt aus den Begriffen „Volk“ beziehungsweise „Bevölkerung“ (*demos*) und „betrachten“ beziehungsweise „beobachten“ (*skopein*) (Gemoll 1979: 193; 679). Eingeführt wurde er 1948 durch Stuart C. Dodd (1948: 310).⁵ Hierzulande findet dieser Terminus eine eher kritische Verwendung (Ronge 1983: 57), im angelsächsischen Sprachraum ist er gar nicht geläufig. Dort wird eher von „public opinion research“ gesprochen. Die deutsche Übersetzung dieses Begriffs wird als holprig empfunden, da der Wortgebrauch von „Meinungsforschung“ nur unvollkommen die Leistung und das Potential dieses Forschungszweiges wiedergebe (Fröhner 1957: 39). Wie eingangs beschrieben ist aber eine genaue Begriffsverwendung, mit ihren Stärken und Schwächen, genauso wichtig wie eine allumfassende Definition des Begriffs, um Vorbehalte und ungerechtfertigte Kritik einzudämmen.

Für Kant ist „*Meinen so viel, als mit Gedanken spielen, [...]*“ (Kant 1781: 706), beziehungsweise „*Meinen ist mit Bewusstsein sowohl subjektiv, als objektiv unzureichendes Fürwahrhalten. [...] Ich darf mich niemals unterwinden, zu meinen, ohne wenigstens etwas zu wissen, [...]. Denn, wenn ich [...] auch nichts als Meinung habe, so ist alles nur Spiel der Einbildung, ohne die mindeste Beziehung auf Wahrheit*“ (Kant 1781: 741). Etymologisch gesehen (Duden 2007c:

5 Er verstand darunter ein wissenschaftliches Instrument, um Fakten über einen repräsentativen Querschnitt einer spezifischen Bevölkerung zu ermitteln.

519) heißt „meinen“ „*seine Gedanken auf etwas richten, im Sinn haben*“ beziehungsweise auch „*Wunsch*“ oder „*Verlangen*“. In den Sozialwissenschaften haben „Meinungen“ kein festes definitorisches Fundament, sie definieren sich vielmehr ex negativo über die Einstellungen, welchen eher eine verhaltenssteuernde Kraft zugesprochen wird. „Meinungen“ beinhalten demnach auch hier eher etwas Flüchtliges und Folgenloses (Kaase 2003: 394). Zusammenfassend kann man „Meinungen“ oder „meinen“ als Ansinnung oder Gedanken verstehen mit einem subjektiven wie auch objektiven Element ohne Anrecht auf Wahrheit beziehungsweise einer anschließenden Tat, haben doch alle Interpretationsversuche der synonym verwendeten Begrifflichkeiten eines gemeinsam: den schwankenden Moment.

Aber beschäftigt sich die politische Meinungsforschung tatsächlich mit der Erforschung von etwas Flüchtigem, etwas eigentlich Folgenlosem? Für die Erhebung der Wahlabsichtsfrage wäre diese Annahme fatal. Was misst die Meinungsforschung wirklich? Eine Auswahl an bestehenden Definitionen soll nun darüber Auskunft geben. Um eventuelle Missverständnisse zu vermeiden, sollten diese Definitionen den Aufgaben- beziehungsweise Themenbereich, die verwendete Methode und die Aussagemöglichkeiten beinhalten, ohne Raum für Interpretationen zu lassen.

Meinungsforschung wird im weitesten Sinne als die „*systematische inhaltliche Erforschung der öffentlichen Meinung*“ (Decker 2001: 35) verstanden. Diese Kurzdefinition führt mehr Fragen als Antworten mit sich: die Methode, das heißt die Form der „Erforschung“, wird nicht erläutert, und das Definiendum wird mit einem noch abstrakteren Begriff erklärt: der öffentlichen Meinung. Dieser Begriff ist mühsam zu definieren, jeder hat eine Vorstellung, nur wenige trauen sich aber, diese schriftlich festzuhalten. Obwohl auch Oncken 1914 festhielt, dass man diesen Begriff nicht definieren könne, versuchte er eine Deutung:

„Öffentliche Meinung ist ein Komplex von gleichartigen Äußerungen größerer oder geringerer Schichten eines Volkes über Gegenstände des öffentlichen Lebens, [...], in den verschiedenartigsten Organen sich ausdrückend, in Vereinen, Versammlungen, vor allem in der Presse und Publizistik, oder auch in dem unausgesprochenen Empfinden eines jeden, des gemeinen Mannes auf der Straße [...], ansteckend wie eine Epidemie, launisch und treulos und herrschsüchtig wie die Menschen selber, und dann doch wieder nichts als ein Wort, mit dem sich die Machthaber betrügen“ (Oncken 1914: 236).

Nach Decker werden diese Äußerungen mit den Ergebnissen der Meinungsforschung gleichgesetzt. Nach dem Versuch, eine wörterbuchtaugliche Definition der „öffentlichen Meinung“ zu geben, kommt Kleinsteuber (1991: 414f.) zu dem Schluss, dass dieser Begriff besser ganz aus der wissenschaftlichen Diskussion

genommen werden sollte. Ein wenig verwunderlich scheint es, dass Decker (2001: 32), der Autor der zuerst zitierten Definition, konstatiert, dass es eine einheitliche, allgemein akzeptierte Definition der öffentlichen Meinung nicht gebe.⁶ Dementsprechend ist eine Begriffsbestimmung der Meinungsforschung durch diesen abstrakten Begriff wenig aussagekräftig. Insgesamt ist festzuhalten, dass die Definition von Decker zu viele Informationen vorenthält, die aber für ein Verständnis dieser Disziplin von äußerster Wichtigkeit sind.

Ein zweiter Versuch der Definition von Meinungsforschung beziehungsweise seines Synonyms Demoskopie soll folgen:

„Der Begriff D[emoskopie] bezeichnet, weitgehend sinnngleich mit dem Terminus ‚Umfrageforschung‘, ein bestimmtes – quantitativ dominierendes – Verfahren der empirischen Sozialforschung, in dessen Zentrum die Datenerhebungsmethode ‚Befragung‘ oder ‚Interview‘ steht. Auf eine Kurzformel reduziert, ist D empirische Sozialforschung mittels standardisierter Massenumfragen“ (Ronge 1983: 57).

An was es der einen Definition mangelt, hat die andere zu viel: Ronge legt seinen Fokus allein auf die Methode, wie in seiner Begriffsgleichsetzung von Demoskopie und Umfrageforschung deutlich wird. Was oder auch wer gefragt wird, verschweigt der Autor. Zudem erhält man keinen Aufschluss darüber, wie verlässlich und zu welchem Zweck diese Daten erhoben werden. Auch diese Definition ist also aufgrund ihrer Eindimensionalität unzulänglich.

Dies betrifft auch den Versuch der Gründerin des Instituts für Demoskopie Allensbach, Elisabeth Noelle-Neumann: *„Der Begriff D[emoskopie] bezeichnet eine statistische, also zählende Untersuchungsmethode, mit der menschliche Gruppen beobachtet und analysiert werden“* (Noelle-Neumann 1994: 114). Der Zusatz *„eine zählende Untersuchungsmethode“* irritiert, wenn man damit die Leistungen der induktiven Statistik zusammenfassen möchte. Auch der Hinweis auf *„menschliche Gruppen“* scheint in Anbetracht der geforderten Kürze einer Definition eher irrelevant. Zumindest wird aber ein gewisser Zweck ersichtlich, nämlich der der Analyse. Zusammenfassend scheint diese Auslegung aber eher abstrakt und daher wenig hilfreich.

„Im politischen System dient Meinungsforschung der Erhebung von Urteilen und (potenziellen) Entscheidungen zu (aktuellen) politischen Fragen in der Bevölkerung oder in Bevölkerungsgruppen [...] und ist damit ein Instrument der Umweltbeobachtung, mit dem die Politik ihre entscheidungsbezogenen Diskussi-

6 Noelle-Neumann erläutert in folgendem Aufsatz die Geschichte des Begriffs und unternimmt Versuche der Definition: Noelle-Neumann, Elisabeth (2002): „Öffentliche Meinung“, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Das Fischer Lexikon. Publizistik. Massenkommunikation. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

onen anreichert“ (Blöbaum 2009: 429). Diese Definition fokussiert den Themenbereich und den Befragtenkreis, zudem wird auch ein Hinweis auf die Verwendung der Ergebnisse geliefert. Dahingehend scheint diese Definition aufschlussreich, doch das „Wie“ lässt sie außen vor.

Abschließend wird noch eine letzte Definition vorgestellt, die eine Besonderheit beinhaltet. Laut Küchler (1981: 133) soll Demoskopie als *„Erforschung von pol. Einstellungen und Meinungen mit Hilfe standardisierter Befragungen von repräsentativen Stichproben der Bevölkerung verstanden werden.“* Was Blöbaum schwach andeutet, expliziert Küchler: Meinungsforschung wird auf den Themenkreis Politik beziehungsweise Wahlen eingeschränkt.

Für diesen Gedankengang muss zuvor eine weitere Begriffsabgrenzung eingeschoben werden: die der Meinungsforschung von der Marktforschung. Beide Begriffe haben sich in den 1940er und 1950er Jahren herausgebildet, beinhalten aber eine enorme Bedeutungsvielfalt (Weischer 2004: 130). Es sind zwei unterschiedliche wissenschaftliche Disziplinen, die sich beide der Methoden aus der empirischen Sozialforschung bedienen. Die Marktforschung konzentrierte sich dabei zunehmend auf den Absatzmarkt. Salcher (1978: 16) fasst dies so zusammen:

„Marktforschung = die systematische [...] Analyse des Marktes, um die gegebene Marktstruktur (Produktangebot, Konkurrenzsituation, Preissituation, Vertriebswege etc.) sowie die spezifischen Verhaltensweisen des Verbrauchers in diesem Markt (Kauf- und Konsumgewohnheiten) zu verdeutlichen, sodass – auf der Basis dieser Erkenntnisse – die Art des zu planenden Produktes sowie der Umfang der Produktion optimal auf diesen Markt abgestimmt werden kann.“

Der Begriff Meinungsforschung blieb hingegen lange unscharf. Dies lag nicht zuletzt daran, dass er mit dem verwendeten Methodenkomplex gleichgesetzt wurde, beispielsweise mit der Umfrageforschung und nicht mit dem Gegenstandsbereich an sich. Der Begriff verschwand im Zuge dessen weitestgehend aus der Soziologie. Eine spezifische Bedeutung behielt er allerdings: die der wahlsoziologischen Forschung beziehungsweise die der Erforschung von Meinungen bezüglich politischer Themen (Weischer 2004: 132f.). Auch Fröhner (1957: 41f.) führt die Popularität der Meinungsforschung allein auf die Wahlvorbefragungen zurück. Eine Abgrenzung erfolgt somit über den Themenkreis. In der Regel fehlt bei der Definition der Meinungsforschung allerdings eine klare Äußerung dazu. Dies ist nun die Besonderheit bei Küchlers Definition, er fokussiert die Meinungsforschung allein auf politische Einstellungen und Meinungen.

Die klassische Abgrenzung von Markt- zu Meinungsforschung reduziert sich häufig auf folgende Graphik (Kamenz 2001: 4):

Abbildung 1: Klassische Abgrenzung von Markt- zur Meinungsforschung

| | |
|--------------------------|---|
| Meinungsforschung | |
| wirtschaftliche Themen | nicht wirtschaftliche Themen |
| Marktforschung | |
| Absatzmarkt | andere Märkte: Beschaffung, Personal |

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Kamenz (2001: 4).

Als nicht wirtschaftliche Themen werden zum Beispiel politische oder staatliche Fragestellungen angesehen, als bekanntestes Feld gilt die Wahlforschung. Die wirtschaftlichen Themen fokussieren sich auf die Marktaktivitäten. Diese horizontale Abgrenzung – Marktforschung gilt als ein Teil der Meinungsforschung – widerspricht der Annahme, dass Markt- und Meinungsforschung sich als gleichgestellte Disziplinen gegenüberstehen. Da Meinungsforschung bezogen auf wirtschaftliche Themen als Marktforschung verstanden und Meinungsforschung in nicht wirtschaftlichen Themen auch als Meinungsforschung bezeichnet wird, wäre es womöglich effizienter, diese Begriffe gleich voneinander zu trennen. Hüttner/Schwarting (2002: 3) beispielsweise verdrängen den Begriff Meinungsforschung ganz aus dem Bereich Marktforschung, weil er aus ihrer Sicht unklar und missverständlich ist. Bergler (1957: 199) unterstützt diesen Ansatz dahingehend, dass er die Trennung über das Antwortverhalten und somit über die Fragestellung beziehungsweise den Themenkomplex vollzieht. Er sieht ein leichteres Antwortverhalten bei Fragen zum wirtschaftlichen Verhalten eines Menschen als zu seinen privaten sowie politischen Einstellungen und Meinungen.

Fröhner (1957: 43) resümiert, dass es einfach eine Frage der Terminologie sei, ob man Marktforschung begrifflich unter Meinungsforschung zusammenfasst oder ihr gegenüberstellt – dies berühre das Wesen der empirischen Sozialforschung aber nicht wesentlich. Für diese Arbeit wird festgelegt, dass Markt- und Meinungsforschung sich gegenüberstehen als zwei durch ihren Themenbereich – und teilweise auch durch die Schwerpunktsetzung bei der Methodenwahl – voneinander abgegrenzte Forschungsgebiete.

Die vorgestellten Definitionen zur Meinungsforschung zeigen die Vielfalt, aber auch die Problematik dieses Begriffs. Bevor nun abschließend ein eigener Definitionsversuch unternommen wird, sollen Themenbereich, Methode und Aussagemöglichkeit – die drei Komponenten einer Definition – spezifiziert werden. Begonnen wird mit dem Themenbereich.

Es ist ein Trugschluss, nur Umfragen, die primär politische Sachthemen abfragen, als politische Meinungsforschung zu verstehen. Vielmehr können auch Fragen zu Meinungen und Einstellungen zu unterschiedlichsten Themen des öffentlichen, aber auch des privaten Lebens – gekoppelt mit der Wahlabsichtsfrage – Rückschlüsse auf die Wählerschaft generieren. Der Themenbereich politischer Umfragen kann somit viel umfangreicher sein, als man es sich zunächst vorstellen könnte. Fragen primär zum politischen Leben beinhalten im Wesentlichen folgende Bereiche:

1. *Politische Themen:*

Befragungen zu der Arbeit eines jeden politischen Ressorts, Einschätzungen und Sympathiewerte von Politikern, Fragen hinsichtlich der Einstellung zu politischen Systemen und Ideologien, aktuelle Wahlabsichten und Rückerinnerung an den vergangenen Wahlakt etc.

Des Weiteren können auch folgende Themengebiete Hinweise auf potentielle oder bestehende Wählerschaften geben, welche von unschätzbarem Wert für den Wahlkampf, aber auch für die laufende Politik sind.

2. *Wirtschaftliche Themen:*

Angaben zu Einkommen und Spareigenschaften, Konsumwünsche, Erwartungen bezüglich der eigenen finanziellen Situation etc.

3. *Kulturpolitische Themen:*

Einstellungen und Meinungen zu Kultur, Kunst und Wissenschaft, zu ihren Vertretern und Institutionen etc.

4. *Soziale Themen:*

Fragen zu den verschiedenen Lebenssituationen, soziodemographische Angaben, Fragen zu Beruf und Freizeit, Erhebungen zu bestimmten Teilgruppen der Bevölkerung, wie Familien, Rentnern oder Jugendlichen, Umgang und Nutzung der Medien etc.

Sicherlich gibt es noch eine ganze Reihe weiterer Themen, die in Umfragen abgefragt werden. Dabei ist es jedoch schwer, eine scharfe Trennlinie zwischen den Themengebieten der Meinungs- und Marktforschung sowie der Umfrageforschung zu weiteren Themen zu ziehen. Dennoch sollte in Anbetracht der ambiva-

lenten Reputation der (politischen) Meinungsforschung⁷ hier ein solcher Versuch unternommen werden. Ob aber wirklich immer eine politische Intention und ein dementsprechender Nutzen hinter den Erhebungen stecken, ist nicht immer klar feststellbar.

Bei der Methodik ist die Festlegung einfacher: Die Stochastik liefert die Theorien, die es zulassen, nur einen Teil der Bevölkerung befragen zu müssen, um Rückschlüsse auf die gesamte Bevölkerung zuzulassen. An dieser Stelle soll nun nicht die umfassende Methodik der Umfrageforschung en detail erläutert werden, dies wird allerdings an späterer Stelle nachgeholt.⁸ Vielmehr soll hier die Methodik der Umfrageforschung im politischen Bereich kurz skizziert werden, um eine griffige Zusammenfassung für den späteren Definitionsversuch zu generieren.

Dank den Pionierarbeiten von George Gallup am Anfang des 20. Jahrhunderts in US-Amerika ist Umfrageforschung nicht mehr ein Maximierungs-, sondern ein Optimierungsproblem. Kosten- und Zeitdruck bewogen ihn dazu, die schon seit Ende des 18. Jahrhunderts existierende Methode zu perfektionieren. Er erkannte, dass nicht Massen befragt werden mussten, sondern nur ein repräsentativer Querschnitt der Grundgesamtheit. Die Stichprobenziehung, der sich die Umfrageforschung bedient, bildet somit das Rückgrat der politischen Meinungsforschung. Aus der Grundgesamtheit, hier der Wählerschaft, wird nur ein repräsentativer Teil befragt (in der Regel telefonisch) und die Ergebnisse auf die Gesamtheit hochgerechnet. Die Daten über die Bevölkerung – und folglich die nötigen Indikatoren (Alter, Geschlecht, Bildung etc.) bei der Zusammensetzung der Stichprobe – können über amtliche Statistiken erschlossen werden.

Die Stichprobe, in der Regel eine Zufallsstichprobe,⁹ kann zudem die Sicherheit angeben, mit der der Wert der Erhebung dem der Grundgesamtheit entspricht beziehungsweise wie stark er innerhalb eines Fehlerintervalls schwankt. Dieser Wert ist berechenbar und abhängig von der Stichprobengröße, der Häufigkeit des gemessenen Werts in der Stichprobe und einem gewählten Sicherheitsniveau (in der Regel 95%). Je höher Letzteres gewählt wird, desto größer wird das Fehlerintervall beziehungsweise muss die Stichprobengröße gewählt werden (Roth 2008: 71f.). Diese Fehlerbereiche sollten nicht verschwiegen werden, denn sie sind nicht unerheblich. Bei den gängigen Polit-Umfragen werden circa 1.000 bis 2.000 Wahlberechtigte befragt, für die Volksparteien ergibt das einen Toleranzbereich von 2 bis 3 Prozentpunkten nach oben oder nach unten, für kleinere Parteien entsprechend geringer.

7 Siehe dazu beispielsweise Fußnote 4 dieser Arbeit.

8 Siehe Kapitel 4 dieser Arbeit.

9 Von den „big five“ (Roth 2009: 251) der Meinungsforschungsinstitute (siehe Abbildung 6), die im politischen Bereich tätig sind, verwendet nur noch das Institut für Demoskopie Allensbach die Quotenstichprobe.

Der Unmut beziehungsweise das Unbehagen der Öffentlichkeit gegenüber der Meinungsforschung resultiert auch aus dem Umstand, dass es nur sehr schwer vorstellbar ist, dass ein Wahlergebnis schon prognostiziert werden kann, ohne dass man selber befragt wurde. Darum verwundert es umso mehr, dass die vorgestellten Definitionen, bis auf eine, nicht den Begriff „Stichprobe“ beinhalten. Noelle-Neumann (1994: 114) verwirrt eher mit der Formulierung „*statistische, also zählende Untersuchungsmethode*“. „Zählen“ impliziert, dass alle Stimmen der Wählerschaft gezählt beziehungsweise berücksichtigt werden. Zudem ist vorerst unklar, was am „Zählen“ statistisch ist.

Die Methodik ist mit den bisherigen Ausführungen aber noch nicht erschöpfend behandelt: Ist die Stichprobe gezogen, was streng genommen nicht ohne Improvisationen möglich ist, so startet die Befragung. Da die Aktualität der Ergebnisse gerade im politischen Alltag sehr wichtig ist, wird in der Regel telefonisch mit Hilfe eines computergestützten und standardisierten Fragebogens befragt. Dies birgt – genauso wie bei der Stichprobenziehung – eine Reihe von Fehlerquellen: beispielsweise die Frageformulierungen, das Verhalten des Interviewers oder die sinkenden Ausschöpfungsquoten.

Anschließend werden die Rohdaten bearbeitet und aufbereitet. Dies umfasst meist die Codierung und Neubildung der Variablen, aber auch bestimmte Nachgewichtungen. Letztere gelten in der Regel als Betriebsgeheimnis (Diekmann 2008: 429). Diese Blackbox ruft in der Öffentlichkeit oft Unverständnis hervor, da die Gewichtungen sich häufig einer objektiven Überprüfung entziehen. Der Datenaufbereitung folgt die Datenanalyse, bei der mit Hilfe von uni-, bi- oder multivariaten Auswertungsmethoden der Frage nachgegangen wird, wer wen zu wählen beabsichtigt.

Nachdem die Methodik nun kurz skizziert wurde, sollen der Nutzen und die Aussagefähigkeit der Meinungsforschung vorgestellt werden. Im Bereich Politik werden Umfragen von Regierungen auf allen Ebenen, Parteien, Interessengruppen, Stiftungen und vielen weiteren Gruppen im Dunstkreis des politischen Alltags zur Informationsbeschaffung über ihre Klientel erhoben und zur Planung, Überprüfung und gegebenenfalls zur Modifizierung von Strategien und Entwicklungen genutzt. Auch von Medien werden diese Daten nachgefragt, entweder um ihrer Aufgabe als Kontrollorgan nachzukommen oder aber auch dem Bedürfnis der Öffentlichkeit nach schnell erfassbaren Daten bezüglich der Wahl nachzugeben (Roth 2009: 242). Radunski (1980: 29) fasst Leistungen der Meinungsforschung explizit für den Wahlkampf unter anderem in folgenden Punkten zusammen:

1. Beobachtung der politischen Grundstimmung und Grundtrends: beispielsweise Reaktionen der Bevölkerung auf jüngst vergangene politische Ereignisse.

2. Analyse der behandelten Themen: Wurden die richtigen Themen ausgewählt und öffentlichkeitswirksam behandelt?
3. Profile der Kandidaten: Analyse der Stärken und Schwächen zur richtigen Selbstdarstellung im Wahlkampf.
4. Nachwahluntersuchungen: Analyse des Wahlkampfes aus Sicht der Wähler zur Überprüfung der Wahlkampfmaßnahmen.
5. Innerparteiliche Kommunikationsstudien: Erhebungen zur Mobilisierung der Anhängerschaft.
6. Massenkommunikationsstudien: Analyse der Seh-, Lese- und Hörgewohnheiten der Wähler.
7. Werbemitteltests für die Wahlkampfwerbung: zur Entwicklung der Werbemittel im Wahlkampf.
8. Semantische Analysen: Analyse von Bedeutungen der im Wahlkampf verwendeten Begriffe.

Wahlen bieten vermeintlich die einzige Möglichkeit, die Methoden der Meinungsforschung zu überprüfen, denn nur hier lässt sich für jeden erkennbar zeigen, ob die erhobenen Ergebnisse tatsächlich der Meinungsverteilung der Bevölkerung entsprechen. Der Laie wähnt sich somit in der Position, über Erfolg und Misserfolg der Umfrageergebnisse zu urteilen. Beispielsweise bei der Bundestagswahl 2002 wurde das „*Elend der Demoskopie*“ (Gehrmann 2002) ausgerufen. Die Bundestagsergebnisse wurden mit den Prognosen verglichen, und offensichtlich stimmten diese Zahlen nicht exakt überein, der Fall schien klar. Bei der CDU lagen die Prognosen (bis zu 9 Tage vor der Wahl) 0,5 - 2,5 Prozentpunkte unter dem amtlichen Endergebnis, bei der SPD lagen die Prognosen bis zu 1,5 Prozentpunkte über beziehungsweise unter dem Wahlergebnis.

Es handelte sich hierbei keineswegs um ein Elend, sondern um ein ordentliches Ergebnis¹⁰ – sofern man die Fehlertoleranz berücksichtigt – und diese gehört zur Zufallsstichprobe dazu. Die Aussagefähigkeit der Wahlprognosen beziehungsweise der eingefangenen Meinungsbilder ist somit vollkommen gegeben, wenn man die Gegebenheiten der Methodik auch kennt beziehungsweise berücksichtigt. Könnte ein Institut mit gegebener Methodik circa zehn Tage vor einer Wahl das exakte Wahlergebnis schon prognostizieren, wäre das keine Wissenschaft, sondern Zauberei. Folglich lässt eine Interpretation der Daten keine Diskussion im 1- bis 2-stelligen Prozentpunktesatz zu.

Aus Themenbereich, Methodik und Aussagefähigkeit soll abschließend eine Definition formuliert werden. Vorab soll noch ein letztes Problem wieder aufgegriffen werden. Wie nennt man diese Disziplin?

10 Lediglich die Prognose von Infratest-dimap lag bei der CDU mit 2.000 Befragten über ihrer Fehlertoleranz.

Perspektiven der politischen Meinungsforschung
Demoskopische Ergebnisse im Spannungsfeld von
Theorie, Praxis und Öffentlichkeit

Jessen, A.

2014, XVI, 343 S. 88 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06178-4