

**Erschienen in:** Thomas Berg (Hrsg.), *Moderner Wahlkampf*,  
Opladen: Leske und Budrich, 2002, 171-191.

**Bitte beachten Sie: Es handelt sich um ein  
Manuskript. Bitte zitieren Sie nur nach  
der gedruckten Fassung.**

## Wirkungen von Wahlprognosen auf Wahlen *Harald Schoen*

### 1. Einleitung

In der heißen Phase eines Wahlkampfes kann der Leser des politischen Teils einer Tageszeitung zuweilen den Eindruck gewinnen, er habe versehentlich zum Sportteil gegriffen; auch manchen Fernsehzuschauer beschleichen in diesen Zeiten verstärkt Zweifel, anstelle der angekündigten politischen Nachrichten werde eine Sportsendung ausgestrahlt. Denn immer wieder ist in den Berichten davon die Rede, es sei ein Kopf-an-Kopf-Rennen zu beobachten, der Verfolger hole auf, im Endspurt könne der Spitzenreiter aber seinen Vorsprung behaupten oder sogar ausbauen (siehe für Beispiele etwa Brettschneider 2000: 484). Zumeist erweisen sich die Bedenken des Medienkonsumenten jedoch als unbegründet, da er es durchaus mit der Politikberichterstattung zu tun hat: Gekleidet in Metaphern, die aus Sportreportagen wohlbekannt sind, werden Ergebnisse von Meinungsumfragen zur Beliebtheit von Spitzenpolitikern oder zur Wahlabsicht der Bürger beim anstehenden Urnengang dargestellt oder kommentiert.

Für die Berichterstattung über Wahlumfragen ernten die Massenmedien von mehreren Seiten Kritik. Sie berichteten, so wird beanstandet, nicht mit der erforderlichen Sorgfalt und Genauigkeit über demoskopische Befunde, da sie dem Publikum etwa wichtige Informationen über das Zustandekommen der präsentierten Resultate vorenthielten (siehe Brettschneider 2000: 485-487). Zudem räumten sie dem „horse race journalism“, dies ist die angelsächsische Bezeichnung für diese Art der Berichterstattung, zu großen Raum ein. Auf diese Weise drängten sie die politischen Sachfragen in den Hintergrund, stellten den Wahlkampf vorwiegend als ein Strategie-Spiel dar und erweckten dadurch beim Bürger den Eindruck, nicht an einem gesellschaftlichen Diskurs über politische Probleme und Konzepte teilzunehmen, sondern lediglich einem sportlichen Wettkampf beizuwohnen, der sein tägliches Leben nicht berühre. In der Bevölkerung fördere dies die politische Passivität und nähre die Skepsis gegenüber dem politischen System. Ihren Ursprung hat diese Kritik am Ausmaß medialer Aufmerksamkeit für demoskopische Diagnosen in den USA (vgl. Patterson 1980, 1993; Sigelman/Bullock 1991; siehe aber auch Bartels 1992: 269) und blieb bisher auch weitgehend darauf beschränkt, da sich in der Bundesrepublik, wie in anderen Staaten, Umfrageergebnisse als Gegenstand journalistischer Darstellungen, nicht zuletzt infolge der Kommerzialisierung der elektronischen Medien, zwar auf dem Vormarsch befinden (vgl. Brettschneider 1996: 478-480; 2000: 481), aber von

einer Dominanz der strategiezentrierten Berichterstattung (noch) nicht die Rede sein kann (siehe Schönbach/Semetko 1994: 45-51; Wilke/Reinemann 2000).

Indessen werden nicht nur Qualität und Umfang der Medienberichte über Umfrageergebnisse getadelt, vielmehr wird deren Veröffentlichung auch ganz grundsätzlich in Frage gestellt. Denn die publizierten Resultate von Bevölkerungsumfragen nähmen illegitimen Einfluß auf das Stimmverhalten der Bürger am Wahltag und verfälschten auf diese Weise das Wahlergebnis. Von einer solchen Wirkung gehen Spitzenpolitiker aus, wenn sie Anhänger ihrer Partei davor warnen, sich von günstigen Wahlprognosen<sup>1</sup> nicht in falscher Siegeszuversicht wiegen zu lassen und deshalb die Wahlkampfaktivitäten einzustellen oder gar dem Stimmlokal fernzubleiben. Im gleichen Sinne mahnen andere Eliteakteure ihre Parteigänger dazu, sich von schlechten Umfragewerten nicht einschüchtern oder demoralisieren zu lassen, sondern weiterhin für ihre Sache zu werben und auf jeden Fall ihre Stimme abzugeben. Schwingt in diesen Appellen der Vorwurf der Unlauterkeit nur unterschwellig mit, kommt er unverhohlen in periodischen Forderungen aus dem Munde von Politikern zum Ausdruck, in Vorwahlzeiten müsse die Publikation von Wahlprognosen untersagt werden (siehe für Beispiele Brettschneider 2000: 477-478).

Diesen Einwänden könnte sich – im Gegensatz zu den beiden zuvor angeführten Beschwerden – selbst eine sorgfältige und zurückhaltende Umfrageberichterstattung nicht entziehen, wenn sich nachweisen ließe, daß vor einem Urnengang publizierte Wahlprognosen dessen Ausgang beeinflussen und diese Wirkung demokratischen Spielregeln widerspreche. Deshalb verdienen sie noch mehr Aufmerksamkeit als die Bedenken, die auf Art und Ausmaß der Darstellungen zielen, und werden daher im vorliegenden Beitrag genauer untersucht. Dazu wird zunächst dargestellt, wie vor einem Urnengang Wahlprognosen über das voraussichtliche Abschneiden der zur Wahl stehenden Angebote angefertigt werden. Im Anschluß daran wird untersucht, ob solche ‚Vorhersagen‘ das Verhalten der Stimmberechtigten am Wahltag beeinflussen. Abschließend wird der Frage nachgegangen, ob die demoskopie-skeptische Haltung demokratietheoretische Argumente ins Feld führen kann.

## 2. Zur Erstellung von Wahlprognosen

---

<sup>1</sup> Im vorliegenden Beitrag bezeichnet der Ausdruck „Wahlprognosen“ nicht nur echte Prognosen, die mit Hilfe einer Gesetzmäßigkeit künftiges Verhalten vorhersagen, sondern wird auch auf Aussagen über das voraussichtliche Ergebnis einer Wahl bezogen, die nicht auf einem solchen Verfahren beruhen, was für die meisten als „Wahlprognosen“ firmierenden Ergebnisse gilt (siehe etwa Hilmer/Hofrichter 2001).

Seit jeher interessieren sich vor einer Wahl Menschen dafür, wie Parteien oder Kandidaten bei dem anstehenden Urnengang abschneiden werden. Lange Zeit mußten sich Antworten auf diese Fragen auf wenig mehr als reine Spekulation stützen. Bürger und Kandidaten gleichermaßen konnten sich an Ergebnissen früherer Wahlen orientieren, sich auf Spekulationen von ‚Experten‘ oder von Bekannten oder auf ihre eigene Intuition verlassen. Auf ein sichereres Fundament können sich Vermutungen über den Wahlausgang erst stützen, seit die Technik der Repräsentativbefragung entwickelt wurde. Sie erlaubt es Forschern, ein zuverlässiges Bild über die Verbreitung von Meinungen, Wertvorstellungen und Handlungsweisen zu erhalten, indem sie lediglich eine kleine Stichprobe von 1000 oder 2000 Personen zu den entsprechenden Themen befragen, also im Falle einer anstehenden Wahl nach der Wahlabsicht. Auf diese Weise versetzt die Umfragetechnik eine Gesellschaft in die Lage, Entwicklungen in der Bevölkerung erkennen zu können, ehe sie sich in manifestem Verhalten niederschlagen (siehe Ginsberg 1989).

Eine solche Momentaufnahme der Verteilung der Wahlabsichten verhilft dem Forscher indes nur dann zu einem zutreffenden Bild vom Ausgang einer bevorstehenden Wahl, wenn eine echte Zufallsstichprobe vorliegt und die Auskünfte der Respondenten über ihre Handlungsabsichten ihr künftiges Wahlverhalten korrekt abbilden. In beiderlei Hinsicht können freilich Probleme auftreten. Damit eine echte Zufallsstichprobe vorliegt, muß jedes Mitglied der (wahlberechtigten) Bevölkerung eine gleich große oder zumindest angebbare Chance besitzen, in die Stichprobe zu gelangen. In der Realität ist dies nur bedingt der Fall, da von den ursprünglich ausgewählten Personen häufig nur zwischen 50 und 80 Prozent schließlich tatsächlich befragt werden und die Ausfälle aus der Ausgangsstichprobe zumeist verstärkt in bestimmten Bevölkerungsgruppen – etwa mobilen und daher schwer erreichbaren Menschen oder auch politisch wenig interessierten Personen, die deshalb ein Interview ablehnen – auftreten (siehe Schnell 1997). Die Verzerrungen, die daraus resultieren und die Aussagen über die Stimmenverteilung beeinträchtigen können, werden mit verschiedenen Verfahren zu korrigieren versucht, die die Mitglieder der schwer erreichbaren Gruppen stärker gewichten (siehe Roth 1998: 89-92).

Die Auskünfte der schließlich interviewten Respondenten auf die Frage, welche Partei sie wählen würden, wenn am nächsten Sonntag eine Bundestagswahl abgehalten würde, können von deren tatsächlichem Wahlverhalten ebenfalls abweichen. Vor allem wenn diese Frage in großer zeitlicher Distanz zu einem Wahltermin gestellt wird, ist damit zu rechnen, daß zahlreiche Respondenten noch keine klare Parteipräferenz entwickelt haben und daher keine Partei angeben oder, da es sich um eine vergleichsweise unverbindliche hypothetische Frage handelt, eine Partei nennen, aber am Wahltag für eine andere votieren. Indessen können die Antworten auch kurz vor einem Wahltermin nicht unbedingt zum Nennwert genommen werden. Denn Befragte

versuchen in einem Interview einen möglichst vorteilhaften Eindruck zu hinterlassen, weshalb sie sich für Antworten entscheiden, die sie für sozial erwünscht halten, und zwar auch dann, wenn diese nicht den Tatsachen entsprechen, also ihr Wahlverhalten nicht korrekt abbilden. Daher geben regelmäßig auch einige Nichtwähler an, sich an einem Urnengang zu beteiligen, wie sich aus dem gleichen Grund manche Wähler extremistischer Parteien nicht zu ihrem Votum bekennen. Damit stehen die Forschungsinstitute vor dem Problem, daß einige Respondenten überhaupt keine oder – verglichen mit ihrem tatsächlichen Handeln am Wahltag – unzutreffende Angaben zum Wahlverhalten machen. Um auf dieser Grundlage dennoch Aussagen über die Stimmenverteilung treffen zu können, bedienen sich die Meinungsforscher spezieller Korrekturtechniken, die nicht theoretischen Überlegungen entspringen, sondern pragmatisch auf der Basis von Erfahrungswerten entwickelt werden. Daher laufen sie Gefahr, in die Irre führen, wenn sich das Wählerverhalten im Laufe der Zeit verändert (siehe etwa Furmaniak et al. 1975: 570-571; Falter/Schumann 1989: 4-7; Rattinger/Ohr 1989).

Die Aussagekraft von Umfragen ist aber selbst unter idealen Bedingungen, also in Abwesenheit von Repräsentativitäts- und Meßproblemen, insofern zu relativieren, als sie auf einer Stichprobe basieren. Da nur ein repräsentativer Ausschnitt der Bevölkerung befragt wird, kann auf Grund der Stichprobenbefunde nicht mit letzter Sicherheit auf die Verhältnisse in der Gesamtheit der Bürger gefolgert werden. Vielmehr ist ein solcher Schluß stets mit Unsicherheit behaftet, weshalb sämtliche Aussagen über die Bevölkerung, die sich auf die Stichprobe stützen, mit einer Fehlertoleranz zu versehen sind. Wenn in einer Stichprobe von 1000 Personen auf die Frage nach der Wahlabsicht beispielsweise 50 Prozent eine bestimmte Partei nennen, dann kann nur geschlossen werden, daß diese in der Gesamtbevölkerung mit 95% Wahrscheinlichkeit einen Stimmenanteil zwischen 46,9% und 53,1% erhält. Ebenso kann bei einer Unterstützung durch 6% der 1000 Interviewten nur geschlossen werden, daß die Partei mit 95%iger Wahrscheinlichkeit mit 4,5% bis 7,5% der Stimmen rechnen darf, also die Fünfprozenthürde mit Bravour meistern, aber auch an ihr scheitern kann. Ebenso darf beispielsweise aus dem Befund, daß in einer Umfrage eine Partei 40% und eine andere 38% der Stimmen erhält, nicht gefolgert werden, in der Bevölkerung besitze die erste größeren Rückhalt als die zweite, da sich die 95%-Konfidenzintervalle überlappen. Anders gewendet: Umfrageresultate, die Stimmenanteile bis auf eine oder zwei Stellen nach dem Komma genau angeben, spiegeln eine Präzision vor, die sie nicht leisten können (siehe etwa Furmaniak et al. 1975: 572), und werden daher zu Recht in die Nähe astrologischer Auskünfte gerückt (vgl. Oberndörfer 1978: 36).

In jüngerer Zeit sind den traditionellen Meinungsumfragen in Deutschland zwei Konkurrenten erwachsen, die ebenfalls versuchen, den Ausgang eines bevorstehenden Urnengangs im vorhinein zu erfassen. Mit der zuneh-

menden Verbreitung des Internets konnten sich sogenannte Wahlbörsen etablieren. Sie funktionieren nach einem ganz anderen Prinzip als Umfragen: Die Teilnehmer an einer solchen Börse können ‚Aktien‘ der verschiedenen Parteien kaufen und verkaufen, wobei der jeweilige Aktienkurs den erwarteten Stimmenanteil der betreffenden Partei widerspiegelt. Dementsprechend wird ein Wahlbörsianer Aktien einer Partei in sein Portfolio aufnehmen, die er für momentan unterbewertet hält, während er Anteilsscheine einer Partei abstoßen wird, von der er meint, sie werde bei der Wahl tatsächlich einen niedrigeren Stimmenanteil erringen, als er sich im momentanen Kurswert abzeichnet. Der Prognoseerfolg dieses Instruments hängt davon ab, inwieweit die Marktteilnehmer – die in vielen Hinsichten keineswegs repräsentativ für die Gesamtbevölkerung sind – sich nicht von ihren politischen Präferenzen, sondern von ihren Erwartungen leiten lassen und wie gut die Händler insgesamt die tatsächlichen Stimmenverhältnisse vorausahnen. Wie sich den bislang ansprechenden Prognoseleistungen entnehmen läßt, scheinen die Bedingungen dafür prinzipiell günstig. Doch könnten Wahlbörsen bei einer weiteren Etablierung und öffentlichen Anerkennung als Wahlchancen-Barometer durchaus von Parteimitgliedern und –sympathisanten genutzt werden, nicht einen finanziellen Gewinn einzustreichen, sondern den Kurs einzelner Parteiaktien künstlich in die Höhe zu treiben oder zu drücken, um den öffentlichen Eindruck von den Wahlaussichten zu beeinflussen. Solange es dabei nicht zu massiven Transaktionen kommt, dürfte der Markt solche manipulativen Eingriffe korrigieren können. Doch bedürfen die Händler dazu Informationen, die die momentanen Kurswerte als verzerrt ausweisen – und dabei dürften gerade Meinungsumfragen eine wichtige Rolle spielen. Fließen aber Umfrageergebnisse in die Preisbildung ein, müßten Wahlbörsen beim Wegfall dieser Informationsgrundlage mit deutlich schlechteren Vorhersageresultaten rechnen. Mit anderen Worten: Wahlbörsen können zwar als interessante Ergänzung des Prognosearsenals in Vorwahlzeiten gelten, nicht jedoch als echte und eigenständige Konkurrenten der Umfragestudien, da sie zu einem Gutteil auf diese angewiesen sind (siehe etwa Shaw/Roberts 2000; Handrich/Roericht 2001).

Einen ganz anderen Weg schlägt schließlich ein drittes Instrument ein, das zwar in den USA etabliert ist (siehe etwa Campbell/Garand 2000), aber in der Bundesrepublik noch weniger verbreitet ist als die Wahlbörsen. Es betrachtet bei zurückliegenden Urnengängen den Wahlausgang sowie einige theoretisch wahlrelevante Merkmale, etwa die Kanzlerpopularität, die Wirtschaftslage oder die Zahl der Amtsperioden der Regierung, und formuliert auf Grund der empirischen Zusammenhänge den Stimmenanteil der Regierungsparteien als mathematische Funktion der anderen Größen, die es erlaubt, aus der Konstellation dieser Faktoren bei kommenden Wahlen das Abschneiden der regierenden Parteien zu errechnen; es wird also eine echte Prognose angestrebt, die bereits deutlich vor einem Wahltermin eine Vorhersage des

Ergebnisses gestattet. Da sie auf Erfahrungswerten basiert, ist sie aber darauf angewiesen, daß die Wahl, für die eine Prognose abgegeben werden soll, nach dem gleichen Muster entschieden wird wie die zurückliegenden, auf denen die Modellrechnung beruht, weshalb bei ungewöhnlichen politischen Konstellationen nur dürftige Vorhersageerfolge zu erwarten sind (siehe etwa Gschwend/Norpoth 2001).

Obgleich zwischenzeitlich alternative Verfahren entwickelt wurden, stützen sich Wahlprognosen noch immer zumeist auf Umfragen. Dieses Instrument ist insgesamt recht gut in der Lage, den Ausgang eines Urnengangs im vorhinein abzuschätzen; wie die stets wiederkehrende Fälle spektakulärer Fehlprognosen dokumentieren, ist die Technik wegen der zahlreichen dargelegten methodischen Probleme jedoch nicht geeignet, in der Zukunft liegendes Stimmverhalten exakt abzubilden. Bei der Publikation von Wahlprognosen sollte daher nicht der Eindruck erweckt werden, sie gewährten einen ungetrübten Blick in die Zukunft; vielmehr sollten mögliche Schwierigkeiten ganz offen angesprochen und beispielsweise die Art der Datenerhebung sowie die stichprobenbedingten Fehlermargen angegeben werden (siehe etwa Brettschneider 2000: 485-487). Denn nur auf diese Weise können überzogene Erwartungen vermieden werden, die zwangsläufig enttäuscht werden müssen.

### **3. Wirkungen von Wahlprognosen auf den Wahlausgang**

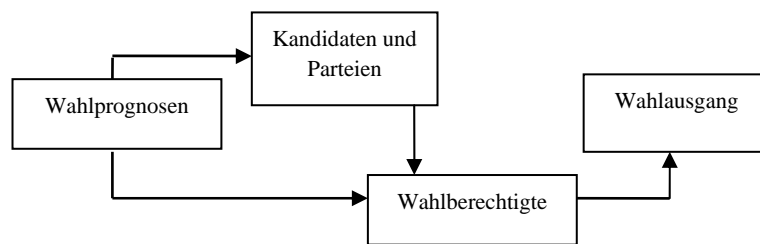
Mit der erforderlichen Sorgfalt durchgeführt und mit der gebotenen Vorsicht interpretiert, können Wahlprognosen wertvolle Informationen über das voraussichtlichen Ergebnis eines Urnengangs liefern. Doch wird häufig geargwöhnt, sie gäben nicht nur politisch neutral Auskunft über einen in der Zukunft liegenden Wahlausgang, sondern sie selbst beeinflussten diesen, weshalb sie zuweilen zum Gegenstand intensiver politischer Auseinandersetzungen avancieren. Daher wird im vorliegenden Abschnitt zunächst geklärt, welche Voraussetzungen für das Auftreten solcher Einflüsse erfüllt sein müssen und welche Wirkungen theoretisch denkbar sind, ehe untersucht wird, ob es in der empirischen Evidenz Anhaltspunkte für solche Effekte gibt.

#### *3.1 Theoretische Überlegungen zur Wirkung von Wahlprognosen auf den Wahlausgang*

Die Ergebnisse, die Wahlprognosen mit mehr oder weniger probaten Methoden ermitteln, können den Wahlausgang auf zwei Wegen beeinflussen (siehe Abbildung 1). Zum einen können Kandidaten und Parteiführer, also Teile der politischen Elite, auf demoskopische Diagnosen reagieren, und diese elitesei-

tigen Anpassungen können wiederum Verhaltensänderungen bei den Wahlberechtigten nach sich ziehen. Weil sie nur bei entsprechender Unterstützung seitens der Bevölkerung ihre politischen Ziele durchsetzen können und für Berufspolitiker vom Abschneiden bei einer Wahl zu einem erheblichen Teil ihre persönliche Existenz abhängt, sie sich also in einer Hochkostensituation befinden (siehe Kirchgässner 1992: 313; Zintl 1994), besitzen sie einen großen Anreiz, sich an den Präferenzen der Bürger – wie sie nicht zuletzt in Umfragen ermittelt werden – zu orientieren und sich responsiv zu verhalten. Daher steht – wie nicht zuletzt ein Blick in Handbücher für Wahlkämpfer verrät (siehe etwa Altendorfer et al. 2000; Althaus 2001) – außer Zweifel, daß die politische Elite Meinungsumfragen als ein wichtiges Instrument der Wahlkampfplanung und –führung nutzt und aus demoskopischen Befunden Folgerungen für ihre Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit, ihr programmatisches Profil oder die Intensität ihrer Kampagnenbemühungen ableitet; eine Praxis, die herbe Kritik auf sich zieht, weil die Politiker auf diese Weise das Gemeinwohl auf dem Altar kurzfristiger Popularität opfert (siehe hierzu Gallus 2002: 36). Indessen liegen zum genauen Umfang des Einflusses von Umfragen auf das Handeln der politischen Elite keine fundierten Analysen, sondern nur anekdotische Evidenz vor (siehe etwa Oberndörfer 1978; Gallus 2002: 31-33). Daher kann dieser Aspekt im vorliegenden Beitrag nicht ausführlicher behandelt werden.

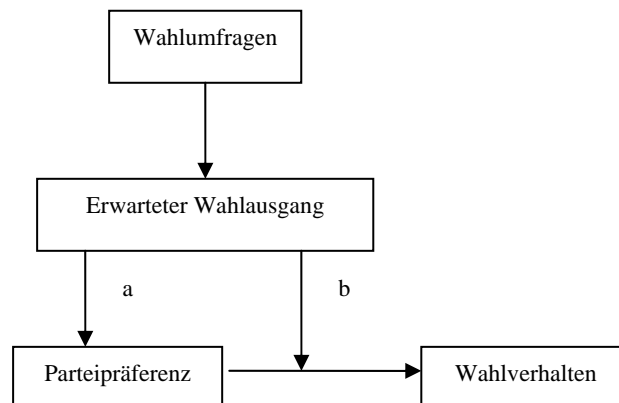
Abbildung 1: Mögliche Wirkungen von Wahlprognosen auf den Wahlausgang



Umfrageergebnisse können zum anderen direkt, also ohne eine Vermittlung über die Aktivitäten von Kandidaten und Parteien, auf das Verhalten der Stimmberechtigten wirken. Dazu müssen die Bürger die Resultate der Wahlumfragen wahrnehmen, daraus ihre Erwartungen über den Wahlausgang speisen und diese in ihre Entscheidung, sich an der Wahl zu beteiligen und für ein bestimmtes Angebot zu votieren, einfließen lassen. Möglich ist dies auf zwei Wegen. Die Stimmbürger können einerseits ihre Parteipräferenz aus

den wahrgenommenen Mehrheitsverhältnissen ableiten und gemäß dieser wählen. Andererseits ist es aber auch denkbar, daß sie aus anderen Überlegungen, etwa zu der Leistungsfähigkeit der Parteien auf verschiedenen Politikfeldern und den Kandidatenprofilen, eine Parteipräferenz entwickeln und die Entscheidung, ob sie entsprechend dieser ihre Stimme abgeben, von ihren Erwartungen an den Wahlausgang abhängig machen (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: Wirkungen von Wahlprognosen auf das Verhalten der Stimmberechtigten



Ehe von einem Einfluß von Wahlprognosen auf das Verhalten der Wahlberechtigten gesprochen werden kann, müssen – wie sich dieser knappen Skizze entnehmen läßt – mehrere Bedingungen erfüllt sein. Es genügt nicht, daß Umfragen auf die Perzeptionen wirken oder daß die Erwartungen an den Wahlausgang auf das Stimmverhalten wirken, sondern beide Elemente müssen zusammenkommen. Daher erscheinen derartige Effekte alles andere als selbstverständlich. Zugleich weist die Struktur der Argumentation auf die Schwierigkeit hin, den Einfluß von Wahlprognosen auf den Wahlausgang in einem Zug zu untersuchen, da dies erfordert, gleichzeitig die Genese der Erwartungen und deren Wirkungen zu analysieren. Aus diesem Grund werden die beiden Argumentationsschritte im folgenden getrennt dargestellt und auf ihre empirische Stichhaltigkeit hin untersucht.

### 3.2 *Der Einfluß von Wahlprognosen auf die Erwartungen der Wahlberechtigten*

Damit Wahlprognosen auf das Verhalten der Stimmberechtigten wirken können, müssen sie von diesen überhaupt zur Kenntnis genommen werden und



deren Vermutungen über das Abschneiden der verschiedenen Kandidaten und Parteien bestimmen. Demoskopische Diagnosen stellen indessen nur eine von mehreren Quellen dar, aus denen Bürger ihre Schätzungen über den Ausgang einer anstehenden Wahl beziehen können. Beispielsweise können sie ihre Erwartungen bilden, indem sie in ihrer unmittelbaren Umgebung die Mehrheitsverhältnisse beobachten und daraus schließen, wie die Gewichte zwischen den politischen Kräften in der Gesamtbevölkerung verteilt seien. Die medienvermittelte Diskussion in der Gesellschaft offeriert dem Bürger ein noch reicheres Angebot an Möglichkeiten. Es werden Ergebnisse von Wahlen anderen Typs, etwa Landtagswahlen, verbreitet, Meinungsumfragen veröffentlicht, von Journalisten, Politikern oder Bekannten kommentiert, und diese Gruppen äußern auch ihre persönlichen Einschätzungen über die Wahlaussichten der verschiedenen Kandidaten und Parteien (siehe Schmitt-Beck 1996b: 130-131).

Ihren Konkurrenten um die Aufmerksamkeit der Bürger sind die Wahlprognosen, so sie seriös durchgeführt und dargestellt werden, in der Regel qualitativ überlegen. Denn die Beobachtung der persönlichen Erfahrungswelt birgt ein erhebliches Verzerrungspotential, da die wenigsten Menschen in einem Umfeld leben, das in seiner parteipolitischen Zusammensetzung der Gesamtgesellschaft akkurat entspricht; vielmehr bewegen sich die meisten Personen in einer Umwelt, die ihre parteipolitischen Präferenzen eher unterstützt, so daß sie auf dieser Grundlage zumeist vermuten müßten, ‚ihre‘ Partei werde den Sieg davontragen (siehe etwa Schmitt-Beck 1996b: 130). Ergebnisse früherer Wahlen sind zwar ‚harte Fakten‘, beziehen sich zumeist aber nur auf eine für das gesamte Bundesgebiet nicht repräsentative Region, und die Urnengänge können zu lange zurückliegen, als daß sie für diese Zwecke wertvolle Information liefern könnten. Schließlich sind Kommentare und persönliche Einschätzungen einzelner Personen zu den Wahlaussichten stets subjektiv gefärbt, ob nun unbewußt oder bewußt mit dem Ziel, einen bestimmten Eindruck von den Mehrheitsverhältnissen zu erwecken, und können daher in die Irre führen.

Ein Bürger, der etwa vor einer Bundestagswahl ein realistisches und möglichst objektives Bild von den Mehrheitsverhältnissen gewinnen möchte, sollte sich daher bemühen, publizierte Wahlumfragen in möglichst unverzerrter Form zur Kenntnis zu nehmen. Doch sind ernsthafte Zweifel angebracht, ob alle Wahlberechtigten dieses Ziel verfolgen. Denn anders als für Kandidaten hängt für einen Wahlberechtigten vom Abschneiden der Parteien bei einem Urnengang nicht die persönliche Existenz ab. Steht für ihn aber wenig auf dem Spiel und muß er für eine Fehlwahrnehmung und –entscheidung keinen hohen Preis bezahlen, hat er keinen allzu starken Anreiz, sich um eine unverzerrte Wahrnehmung der Kräfteverhältnisse in der Gesellschaft zu bemühen (siehe Kirchgässner 1992). Womöglich zieht er sogar ganz bewußt Informationen über die Parteipräferenzen in seiner unmittelbaren sozialen

Umgebung vor, da er vor allem bestrebt ist, sozialer Isolation zu entgehen, die ihm nicht in der Gesellschaft insgesamt, sondern in seinem unmittelbaren Umfeld droht (siehe etwa Noelle-Neumann 1977).

Auch wenn man einer Person unterstellen kann, sie wolle ihre Erwartungen auf möglichst objektive Informationen stützen, wie sie Wahlprognosen liefern, ist damit noch nicht gesagt, daß ihr Versuch von Erfolg gekrönt sein muß. Zunächst ist zu bedenken, daß demoskopische Ergebnisse nicht nur Gegenstand neutraler Berichterstattung sind, sondern häufig in interessengefärbte Aussagen einfließen und deshalb nur in verzerrter Form den Bürger erreichen. Erfährt er von einem Umfrageresultat in unverfälschter Form, heißt dies zudem nicht zwingend, daß er es genauso wahrnimmt und einen maßgeblichen Einfluß auf seine Vermutungen nehmen läßt. Denn Menschen bereitet es eher Probleme, abstrakte Zahlenangaben, die beispielsweise Prozentsätze enthalten, zu verstehen und zu behalten, weshalb sie sich lieber anhand von Einzelfällen ein Bild von der Häufigkeit bestimmter Handlungsmuster verschaffen – auch wenn sie auf diese Weise Gefahr laufen, einen vollkommen falschen Eindruck zu gewinnen (siehe etwa Daschmann 2000). Und schließlich bleibt zu berücksichtigen, daß Informationen über die Wahlaussichten der Parteien von Personen selektiv, nämlich im Sinne ihrer parteipolitischen Präferenzen wahrgenommen und gespeichert werden (siehe etwa Babad 1997; Schmitt-Beck 1996b; Schoen 2000: 653-658; Uhlaner/Grofman 1986). Mit anderen Worten: Weder verfolgen alle Bürger das Ziel, unverzerrte Informationen aus Wahlprognosen in ihre Erwartungsbildung einfließen zu lassen, noch gelingt dies allen, die danach streben.

In der Bundesrepublik ist die Aufmerksamkeit für Wahlumfragen im Laufe der Zeit gewachsen. War in den fünfziger Jahren nur rund ein Fünftel des Elektorats nach eigenem Bekunden mit Umfrageergebnissen in Berührung gekommen, berichten seit den achtziger Jahren stets zumindest zwei Drittel der Stimmberechtigten, sie hätten vor der Bundestagswahl von demoskopischen Befunden Kenntnis erhalten (vgl. Lupri 1969: 101; Brettschneider 2000: 490-491). Von Umfrageergebnissen Notiz zu nehmen ist indessen nur eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für deren Einfluß auf die Wahrnehmungen von den parteipolitischen Stärkeverhältnissen. Dazu müssen die Bürger zusätzlich motiviert sein, sie in ihre Erwartungsbildung einfließen zu lassen, was für einen deutlich kleineren Ausschnitt aus dem Elektorat gilt. Beispielsweise gaben im Anschluß an die Wahl 1990 nur 30 Prozent der Befragten an, sich stark für Umfrageergebnisse zu interessieren. Dabei handelt es sich bevorzugt um politisch involvierte Personen mit relativ festgefühten und daher schwer beeinflussbaren Einstellungen, weshalb es nicht erstaunt, daß etwa bei den Bundestagswahlen 1983 bis 1994 jeweils nur rund ein Viertel der Respondenten äußerte, Meinungsumfragen hätten bei ihrer Wahlentscheidung eine Rolle gespielt, und weniger als zehn Prozent von einem starken Einfluß sprachen (vgl. Brettschneider 2000: 490, 494).

Und selbst in diesen Fällen ist es wiederum fraglich, ob die demoskopischen Befunde die Bürger in unverzerrter Form erreichten, unverfälscht wahrgenommen und gespeichert wurden, und ob sie und nicht eine der zahlreichen konkurrierenden Quellen schließlich die Wahrnehmungen speisten. Daher sind Wahlprognosen in der Bundesrepublik weit davon entfernt, alle Bürger zu erreichen, und nur ein kleiner Teil der Wahlberechtigten dürfte seine Schätzungen über den Wahlausgang ausschließlich oder auch nur vorwiegend daraus beziehen.

Zusammengefaßt stellen publizierte Wahlprognosen eine vergleichsweise zuverlässige Grundlage dar, um Erwartungen über den Ausgang einer bevorstehenden Wahl zu bilden. Doch sind sie beileibe nicht die einzige mögliche Quelle, vielmehr konkurrieren sie mit einer Reihe anderer Informationsgrundlagen um die Gunst der Bürger und sind für viele Menschen nicht das attraktivste Angebot. Zudem werden die eigentlichen Umfrageergebnisse in der öffentlichen Diskussion häufig von Interpretationen und Verzerrungen überlagert und können daher die Bürger nicht unverfälscht erreichen. Deshalb ist ausgesprochen zweifelhaft, ob Wahlprognosen in der ursprünglich veröffentlichten Form die Wahrnehmung von den parteipolitischen Kräfteverhältnissen entscheidend beeinflussen (siehe Donsbach 1984: 399-401); eher scheinen die entsprechenden Erwartungen in einem komplexen Geflecht unterschiedlicher Einflüsse zu wurzeln.

### *3.3 Wirkungen von Erwartungen auf das Verhalten der Wahlberechtigten*

Unabhängig von ihrem Ursprung werden den Erwartungen, die auf das Ergebnis einer Wahl gerichtet sind, Wirkungen auf das Verhalten der Stimmberechtigten zugeschrieben. Die Vermutungen lassen sich danach unterscheiden, ob sie sich auf die Teilnahme an der Wahl oder die parteipolitische Richtung der Stimmabgabe beziehen. In dieser Reihenfolge werden sie zunächst vorgestellt, ehe sie anhand der Literatur auf ihre empirische Stichhaltigkeit überprüft werden.

Auf den Ausgang eines anstehenden Urnengangs gerichtete Erwartungen können die Stimmberechtigten in ihrer Entscheidung beeinflussen, sich überhaupt an der Wahl zu beteiligen. Dazu wird die Annahme getroffen, ein Stimmberechtigter vergleiche vor dem Gang zum Wahllokal die Kosten, mit denen die Wahlteilnahme für ihn verbunden ist, und den ihm daraus erwachsenden Nutzen. Stellten Bürger ein solches Kalkül an, gelangten einige Personen angesichts mehrerer Millionen Wahlberechtigter zu der Einschätzung, ihre Stimme sei wie ein Tropfen in einem Ozean und nehme keinen maßgeblichen Einfluß auf den Wahlausgang, weshalb die Mühe einer Wahlteilnahme deutlich den damit verbundenen Nutzen übersteige und diese Personen sich in Wahlabstinenz übten. Gewannen aber Bürger, die ein solches Kalkül anstellen, den Eindruck, es sei keine ausgemachte Sache, wie die Wahl ausge-

hen werde, weshalb es auf jedes einzelne Votum ankomme, würden sie sich zur Stimmabgabe entschließen (siehe Downs 1957). Zwar gilt die These, mit der erwarteten Knappheit des Wahlausgangs steige die Wahlbeteiligung, für alle Bürger, doch wird sie in der Literatur zuweilen für einzelne Segmente des Elektorats mit unterschiedlichen Argumenten unterfüttert. Unter den Sympathisanten der vermeintlich unterlegenen Seite verbreite ein klar erscheinender Wahlausgang Defaitismus, der sie von der Wahlteilnahme abhalte. Anhänger der voraussichtlich siegreichen Seite blieben der Wahlurne ebenfalls fern, doch dies, weil die sichere Siegesaussicht sie in Lethargie versetze; Personen ohne klare Parteipräferenz, schließlich, sähen bei einem absehbar klaren Wahlausgang keinen Anlaß, sich die Anstrengung abzuverlangen, eine Parteipräferenz zu entwickeln und den Weg zum Wahllokal anzutreten (vgl. Brettschneider 2000: 492).

In der empirischen Evidenz findet diese Argumentation nur bedingt Unterstützung. Zwar konnte in Wahlkreisen mit einem knappen Wahlausgang eine höhere Wahlbeteiligung als in Stimmkreisen mit von vornherein klar anmutenden parteipolitischen Kräfteverhältnisse nachgewiesen werden (siehe etwa Feld/Kirchgässner 2001). Daraus darf jedoch nicht ohne weiteres auf eine Wirkung der Knappheitserwartungen auf die Stimmberechtigten geschlossen werden, da in den umkämpften Regionen beispielsweise die Parteien im Wahlkampf größeren Mobilisierungsaufwand getrieben haben könnten. Dieser Verdacht erhärtet sich in Untersuchungen der individuellen Wahlteilnahme, weil sich hier keine bedeutsamen Effekte der erwarteten Knappheit des Wahlausgangs auf die Wahlbeteiligung nachweisen lassen (siehe etwa Pattie/Johnston 1998: 276-277; Kuncze 2001). Daher gilt offenbar: „Closeness counts only in horseshoes and dancing“ (Ferejohn/Fiorina 1975).

Mutmaßungen über den Ausgang einer Wahl können für die parteipolitische Richtung der Stimmabgabe ebenfalls eine Rolle spielen. Sieht man einmal von Einflüssen ab, die die ohne Berücksichtigung der Wahlaussichten gewonnene Parteipräferenz unterstützen und daher im Stimmverhalten unsichtbar bleiben, sind zwei grundsätzlich verschiedene Wirkungsmechanismen zu betrachten (siehe Pfeile a und b in Abbildung 2). Zunächst ist an Bürger zu denken, die ihre Parteipräferenz von den wahrgenommenen parteipolitischen Kräfteverhältnissen abhängig machen und ihr entsprechend votieren. Am bekanntesten ist der sogenannte *Bandwagon*-Effekt (siehe bereits Simon 1957), der davon ausgeht, daß Bürger, die eine Parteipräferenz besitzen oder noch unentschlossen sind, sich auf die Seite der vermeintlichen Mehrheitspartei schlagen. Dies wird zumeist psychologisch mit dem menschlichen Bedürfnis erklärt, sich sozial nicht zu isolieren (siehe etwa Noelle-Neumann 1977).<sup>2</sup> Zuweilen wird diese Neigung aber auch rationalistisch

---

<sup>2</sup> Die wissenschaftlich und politisch einflußreiche Theorie von der Schweigespirale (siehe etwa Noelle-Neumann 1977) stützt sich auf das gleiche Grundargument aus, schreibt den wahrgenommenen Mehrheitsverhältnissen aber nicht nur eine Wirkung auf das Wahlverhal-

interpretiert als ein Versuch politisch wenig interessierter Bürger, sich den Weg zu einer ihren Interessen angemessenen Wahlentscheidung zu erleichtern: Anstatt selbst die eigenen Positionen und die Qualitäten von Kandidaten oder Parteien zu vergleichen, verlassen sie sich auf einen glaubwürdigen Ratschlag, der von einem Bekannten stammen oder aus der wahrgenommenen Verteilung der Parteipräferenzen abgeleitet werden kann, wenn plausiblerweise davon auszugehen ist, die Sympathisanten der Mehrheitspartei besäßen ähnliche Standpunkte wie man selbst und hätten vor ihrer Entscheidung ihre Interessen sinnvoll abgewogen (vgl. Engel 1987: 258; Schmitt-Beck 1996a: 268). Dem Mitläufereffekt entgegen wirkt der sogenannte *Underdog*-Effekt. Er besteht darin, daß Personen ihre Parteipräferenz bilden, indem sie sich auf die Seite des voraussichtlichen Wahlverlierers schlagen. Dies wird in der Regel mit Mitleid oder mit einer Trotzhaltung, also psychologisch, begründet (siehe etwa Gallus 2002: 33); doch kann auch hier ein bewußtes Kalkül ins Feld geführt werden, das darauf zielt, eine zu große Mehrheit für eine Partei zu verhindern.<sup>3</sup>

Die empirische Evidenz spricht für derartige Wirkungen der wahrgenommenen Stärkeverhältnisse der Parteien auf die Wahlentscheidung, wobei der dem sozialen Konformismus zuträgliche *Bandwagon*-Effekt bisher stets den Mitleidseffekt überwog. Parteien, von denen vermutet wird, sie würden aus der anstehenden Wahl als Sieger hervorgehen, können von diesem Eindruck an der Wahlurne in unterschiedlichen politischen Systemen durchaus profitieren (siehe Granberg/Holmberg 1988: 136-165; McAllister/Studlar 1991; Nadeau et al. 1994),<sup>4</sup> und zwar auch bei Bundestagswahlen (siehe Schmitt-Beck 1996a): Eine Partei(enkoalition) kann mit einer größeren Stimmenzahl rechnen, wenn sie es vor einer Wahl glaubhaft zu machen versteht, sie sei auf dem Weg zum Wahlsieg. Im Lichte dieser Tendenz zu einer *self fulfilling prophecy* scheint es, als sei den Bürgern weniger an Machtkontrolle als an klaren Verhältnissen gelegen.

Eine zweite Klasse von Effekten bezieht sich darauf, daß Bürger zwar eine Parteipräferenz besitzen, aber nur in Abhängigkeit von den perzipierten Wahlaussichten gemäß dieser votieren. Taktisches oder strategisches Wahlverhalten, wie diese Art des Stimmverhaltens genannt wird, kann in ver-

---

ten, sondern auch auf die Bereitschaft zu, sich öffentlich zu der eigenen politischen Präferenz zu bekennen, so daß eine anfangs vermeintliche Mehrheitsmeinung am Ende des gesellschaftlichen Meinungsbildungsprozesses tatsächlich die Mehrheit auf ihrer Seite haben kann.

<sup>3</sup> Soweit diese Effekte auf Personen wirken, die vorher keine Parteipräferenz besaßen und daher mit niedriger Wahrscheinlichkeit zur Wahl gegangen wären, wirken sie implizit auch stimulierend auf die Wahlbeteiligung.

<sup>4</sup> Vergleichsweise stark ausgeprägt sind *Bandwagon*-Effekte, wenn langfristig stabile Parteiloyalitäten als WahrnehmungsfILTER und Determinante des Stimmverhaltens keine Wirkung entfalten können, also beispielsweise bei parteiinternen Vorwahlen oder auch bei Referenda zu politischen Sachfragen (siehe etwa Bartels 1988; West 1991).

schiedenen Formen auftreten, doch gehen die Argumente von ähnlichen Basisannahmen aus: Bürger bilden Erwartungen über das Abschneiden der Parteien, kennen das Wahlsystem in den relevanten Hinsichten und wollen mit ihrem Votum nicht nur ihre politischen Präferenzen zum Ausdruck bringen, sondern den Ausgang der anstehenden Wahl beeinflussen (vgl. Schoen 2000: 643-644).

Auf diese Annahmentrias stützen sich zwei unterschiedliche Argumente. Die klassische Überlegung geht davon aus, daß die Bürger ihre Stimme keinesfalls verschenken wollten, weshalb sie nur für solche Kandidaten oder Parteien votierten, die realistische Erfolgsaussichten besitzen. Das bei Bundestagswahlen gültige Zwei-Stimmen-System<sup>5</sup> erlaubt es, zwei Varianten des *wasted vote*-Arguments zu formulieren; da jedoch beinahe ausschließlich die Zweitstimmen über die parteipolitische Zusammensetzung des Parlaments entscheiden, wird an dieser Stelle nur die darauf bezogene Version dargestellt. Inwieweit ein solches Votum als verschenkt erscheint, hängt davon ab, ob eine Partei als fähig gilt, mindestens fünf Prozent der Zweitstimmen oder wenigstens drei Direktmandate zu erringen. Demnach sollten am Stimmwert orientierte Sympathisanten und Anhänger einer Partei dieser ihre Stimme vorenthalten, wenn sie der Meinung sind, der Partei werde es nicht gelingen, auch nur eine der beiden Bedingungen zu erfüllen. Folglich müssen bei Wahlen zum Bundestag alle kleinen Parteien, also die FDP, die Grünen, die PDS und alle elektoral noch schwächeren Parteien, damit rechnen, einem solchen „Fallbeil-Effekt“ (Reumann 1983: 4) zum Opfer zu fallen und weniger Stimmen zu erhalten, als ihnen Präferenzen in der Bevölkerung gehören.

Während nach dem *wasted vote*-Argument nicht ausschließlich präferenzgeleitetes Stimmverhalten zu Lasten kleiner Parteien geht, sieht ein anderes Argument diese gerade als Profiteure taktisch motivierter Wahlentscheidungen. Demnach entschließen sich strategisch orientierte Bürger, bewußt für eine Partei zu stimmen, deren Einzug in das Parlament sie für ungewiß halten, um ihr in den Bundestag zu verhelfen (siehe Tsebelis 1986: 402-403). Der Wähler vergibt somit eine Stützstimme an eine Partei, deren Bundestags-einzug er weder für sicher, da sonst sein Votum überflüssig wäre, noch für vollkommen ausgeschlossen hält, weil er seine Stimme sonst sehenden Auges verschenkte. Damit sich ein Bürger an der Wahlurne einer Partei zuwendet, deren Erfolgsaussichten er als vage erachtet, bedarf es jedoch nicht nur einer bestimmten Wahrnehmung der elektoralen Aussichten, sondern es muß eine inhaltliche Motivation hinzutreten. Erstens könnte ein Wähler, unabhängig von seiner eigenen Parteipräferenz, Wert darauf legen, daß ein bestimmtes politisches Anliegen im Parlament vertreten sei; zu denken wäre etwa an

---

<sup>5</sup> Stimmensplitting, also die parteipolitisch unterschiedliche Entscheidung mit Erst- und Zweitstimme, wird an dieser Stelle nicht näher behandelt, da es theoretisch taktisch motiviert sein kann, aber nicht sein muß und empirisch nur selten in dieser Weise genutzt wird (siehe etwa Weßels 2001)

Sozialdemokraten, die die PDS unbedingt im Bundestag sehen möchten. Zweitens läßt sich ein solches Votum mit dem in einem „horror majoritatis“ (Wildenmann 1963: 6) wurzelnden Wunsch, eine Einparteienherrschaft und den damit assoziierten Machtmißbrauch zu verhindern (siehe Kirchgässner 1986: 236). Die populärste Variante der Stützstimmthese postuliert jedoch nicht die Vorliebe für eine Koalitionsregierung als solche, sondern für ein bestimmtes Bündnis. Demnach präferieren klassische Stützwähler einen großen Koalitionspartner, meinen aber, der Juniorpartner sei vom parlamentarischen Aus bedroht und die präferierte große Partei habe keine Chance auf eine absolute Mandatsmehrheit (siehe etwa Falter 1987: 262-263).

Taktisches Wahlverhalten, mit dem Ziel, die eigene Stimme nicht an einen aussichtslosen Kandidaten zu ‚verschenken‘, konnte vor allem im angelsächsischen Raum unter den Bedingungen des relativen Mehrheitswahlrechts wiederholt empirisch nachgewiesen werden (siehe etwa Cox 1997: 80-90). Dagegen scheiterten Versuche, in der Bundesrepublik schlüssig zu zeigen, daß eine Partei, der es nicht zugetraut wird, die Fünfprozenthürde zu meistern, deshalb Stimmen einbüßt (siehe Schoen 1999, 2000); Parteien, die in den Verdacht geraten, nicht in den Bundestag einzuziehen zu können, müssen somit nicht fürchten, daß diese Prophezeiung zu ihrer eigenen Erfüllung beiträgt. Ebensovienig konnte der Beweis erbracht werden, daß die Bürger systematisch Stützstimmen an Parteien vergeben, deren Parlamentseinzug sie für ungewiß halten (siehe Schoen 2000; Pappi/Thurner 2002). Strategisches Stimmverhalten ist somit bei Bundestagswahlen praktisch irrelevant, was insofern nicht erstaunt, als es nicht nur eine bestimmte Motivation, sondern auch ein keineswegs selbstverständliches Maß an politischen Kenntnissen voraussetzt.

Insgesamt kann damit folgendes festgehalten werden. Auf den Wahlausgang gerichtete Erwartungen spielen bei Bundestagswahlen nur insoweit eine Rolle, als Parteien, die sich vermeintlich auf der Siegerstraße befinden, von den Bürgern an der Wahlurne eine Prämie erhalten. Jedoch erscheint es unwahrscheinlich, daß die zugrundeliegenden Einschätzungen der Wahlaussichten nur eine Wurzel besitzen; erst recht ist zu bezweifeln, daß sie sich ausschließlich aus den Quellen speisen, denen Politiker und Wissenschaftler bevorzugt ihr Augenmerk schenken, nämlich Wahlprognosen und -ergebnissen. Diese Überlegung beruht zum einen auf der Analyse in Abschnitt 3.2, wird zum anderen aber gestützt von Untersuchungen, die der Frage nachgehen, ob sich Bürger, die zum Zeitpunkt ihrer Stimmenscheidung bereits Teilergebnisse der Wahl kennen, anders verhalten als solche, die nicht im Besitz solcher Kenntnisse sind. Eine solche Prüfung erlauben nationale Wahlen in den USA, weil dabei in den Ostküstenstaaten bereits die Stimmen ausgezählt und Wahlergebnisse bekanntgegeben werden, wenn an der Westküste Bürger noch Gelegenheit haben, von ihrem Stimmrecht Ge-

brauch zu machen. Doch konnten auf deren Beteiligungsbereitschaft und Wahlentscheidung bisher keine (siehe etwa Fuchs 1966; Mendelsohn 1966; Tuchman/Coffin 1971) oder allenfalls geringfügige Wirkungen (siehe Delli Carpini 1984) nachgewiesen werden. Ebenso blieb 1965 die Information über den Ausgang der zwei Wochen vorher abgehaltenen Bundestagswahl bei Nachwahlen in zwei Wahlkreisen ohne erkennbare Wirkung (vgl. Hartenstein 1967: 294-297). Somit treten zwar Mitläufereffekte auf, doch entwickeln die Stimmbürger die entsprechenden Wahrnehmungen der Mehrheitsverhältnisse nicht ausschließlich und wahrscheinlich nicht einmal vorwiegend auf der Basis der Informationen, die aus der Sicht eines politischen Beobachters naheliegen, also Wahlresultaten und Wahlprognosen. Vielmehr fallen daneben massenmedial vermittelte Einflüsse, interpersonale Kommunikation sowie persönliche politische Prädispositionen ins Gewicht.

#### 4. Schlußbemerkungen

In Vorwahlzeiten publizierte Wahlprognosen avancieren immer wieder zum Gegenstand teilweise heftiger Kritik, da sie, so die Vorwürfe, die Stimmberechtigten ungebührlich beeinflussten und damit den Wahlausgang manipulierten. Empirisch sind diese Einwände – wie der vorliegende Beitrag zeigt – weitgehend unbegründet. Denn zum einen wirken Vermutungen über das Abschneiden der verschiedenen Parteien oder Kandidaten auf das Wahlverhalten nur schwach: Die Wahlbeteiligung hängt nicht nennenswert von Erwartungen zur Knappheit des Wahlausgangs ab; taktische Argumente erhitzen in der öffentlichen Auseinandersetzung zwar zuweilen die Gemüter, doch finden sie seitens der Bürger keine meßbare Resonanz; einzig *Bandwagon*-Effekte lassen sich im Wählerverhalten belegen. Zum anderen speisen sich die auf den voraussichtlichen Wahlausgang gerichteten Erwartungen im Elektorat keineswegs exklusiv aus Wahlprognosen. Im Gegenteil, es lassen sich keine eindeutigen Beziehungen zwischen den veröffentlichten Meinungsumfragen und den Erwartungen der Bürger aufzeigen. Folglich hegen die Kritiker der Demoskopie eine allzu vereinfachte Vorstellung von der Erwartungsbildung in der Bevölkerung, die beispielsweise von verkürzten Darstellungen und verzerrten Wahrnehmungen keine Notiz nimmt und der Vielstimmigkeit konkurrierender Einflüsse, die auf einen Bürger einströmen können, nicht gerecht wird. Daher sind beide Bedingungen für direkte Effekte von Wahlprognosen auf das Verhalten der Stimmberechtigten allenfalls in Teilen und in schwacher Ausprägung erfüllt, weshalb die Manipulationsvorwürfe und Verbotsforderungen in erheblichem Maße auf einer Überschätzung der Möglichkeiten von Wahlprognosen beruhen, die öffentliche Meinung und das individuelle Stimmverhalten zu beeinflussen.



Aus diesen Ergebnissen darf gleichwohl nicht vorschnell gefolgert werden, Wahlprognosen seien für den Wahlausgang generell irrelevant. Denn auf das Wahlergebnis gerichtete Erwartungen entfalten empirisch zumindest in Form von Mitläufereffekten eine unmittelbare Wirkung auf das Stimmverhalten und verstärken daher den Pendelschlag zugunsten der jeweils als modisch geltenden Partei(enkoalition).<sup>6</sup> Sollte es nun Umfragebefunden gelingen, die Eindrücke von den parteipolitischen Kräfteverhältnissen, die die interpersonale und die massenmediale Kommunikation an die Stimmbürger herantragen, maßgeblich zu bestimmen, dann könnten tatsächlich sie in einem Urnengang den Ausschlag geben – eine Konstellation, die zwar nicht selbstverständlich ist, aber auch nicht von vornherein ausgeschlossen werden kann. Darüber hinaus ist zu bedenken, daß die mögliche Wirkung von Wahlprognosen auf Kandidaten und Kampagnenaktivisten bislang bewußt ausgeblendet blieb. Solche Effekte erscheinen aber durchaus plausibel und vor allem besonders weitreichend, da sie einen multiplikativen Charakter besitzen: Werden Wahlkämpfer von einem Mitläufereffekt erfaßt, dürfte ihre Kampagne an Dynamik gewinnen und viele einfache Bürger veranlassen, auf den *Bandwagon* der betreffenden Partei aufzuspringen. Indessen liegen zur Rolle von demoskopischen Befunden für die parteiinterne Willensbildung und die Wahlkampfkonzeption und –motivation keine empirisch fundierten Arbeiten vor, weshalb die Forschung sich dieses Themas künftig annehmen sollte, wie auch generell der Entstehung von auf den Wahlausgang gerichteten Erwartungen.

Die Einwände gegen die Veröffentlichung von Wahlprognosen wurden zurückgewiesen, da sie empirisch auf tönernen Füßen stehen, doch ist damit noch nicht gesagt, daß die Kritik gerechtfertigt wäre, wenn eindeutige Belege für starke Wirkungen von Meinungsumfragen vorlägen. Als Bedenken gegen jeglichen Einfluß von Erwartungen auf das Wahlverhalten dürfen die Manipulationsvorwürfe und Verbotsforderungen wohl nicht gelesen werden, da dies bedeutete, den Kritikern zu unterstellen, sie wollten den Bürgern vorschreiben, daß sie uninteressiert an den Präferenzen ihrer näheren und weiteren sozialen Umwelt ihr Votum abgeben sollten – eine fürwahr lebensfremde Vorstellung. Doch zielen die Demoskopieskeptiker darauf ab, das Arsenal von Instrumenten zu zensieren, aus dem sich Wahlberechtigte bedienen können, um Mutmaßungen über Ausgang eines Urnengangs zu anzustellen. Kurioserweise soll dabei der Bannstrahl ausgerechnet dasjenige Instrument treffen, das – verglichen mit anderen möglichen Quellen der individuellen Vermutungen – objektiv und präzise Auskunft über die Verteilung der Par-

---

<sup>6</sup> Kleine Parteien können an der Wahlurne also durchaus von dem Eindruck profitieren, sie würden mehr als fünf Prozent der Stimmen erhalten, aber nicht, weil Wähler auf Grund dieser Information meinten, mit einem Votum für eine solche Partei ihre Stimme nicht zu verschenken, sondern weil sie die guten Wahlaussichten als Indiz für deren (wachsende) Beliebtheit lesen.

teipräferenzen in einer Gesellschaft gibt. Abgesehen davon, daß ein solches Verbotsvorhaben mit verfassungsrechtlich verankerten Grundrechten kollidierte, werfen diese Überlegungen ein zweifelhaftes Licht auf die hehren Worte, die nicht selten darauf verwendet werden, den ‚mündigen Bürger‘ zu rühmen, denn tatsächlich scheint er in mancher Augen nicht „mündig“ genug zu sein, um mit bestimmten Informationen, auch wenn sie gut abgesichert sind, richtig umgehen zu können (siehe bereits Hartenstein 1967: 300-306).

Aber womöglich sind es just die Genauigkeit und Seriosität von Wahlumfragen, die sie zum Gegenstand von Verbotsforderungen werden lassen. Denn Spitzenpolitiker versuchen selbst häufig in der Öffentlichkeit den Eindruck zu erwecken, ihre Partei befinde sich beinahe unaufhaltsam auf dem Vormarsch; sie nutzen dazu Ergebnisse von Regionalwahlen und – angesichts der Kritik nicht selbstverständlich – Meinungsumfragen, berufen sich auf ‚zahlreiche Begegnungen mit den Bürgern‘ oder erklären schlicht den Wunsch, zwischen zwei Bundestagswahlen ihren Stimmenanteil praktisch zu verdreifachen, zu einem realistischen Vorhaben. Ihr Ziel, mit diesen Äußerungen die öffentliche Meinung für sich zu gewinnen und einen Mitläufereffekt in Gang zu setzen, erreichen sie um so leichter, je weniger glaubwürdige Informationen zu den Wahlchancen, mit den Politikeräußerungen um die Aufmerksamkeit des Publikums konkurrieren. Demoskopische Befunde können nun aber ein relativ hohes Maß an Objektivität und Fundiertheit für sich reklamieren, weshalb es durchaus einleuchtend erscheint, wenn sie manchem politischen Akteur ein Dorn im Auge sind – könnten sie doch seine Aussagen widerlegen und daher die darauf gestützten Wahlkampfstrategien zunichte machen.

Die gesamte Gesellschaft sollte sich diese einem bestimmten Interessensstandpunkt entspringende Haltung jedoch nicht zu eigen machen. Seriös durchgeführte und angemessen interpretierte Meinungsumfragen können einen Beitrag leisten, die Diskussion über den vermutlichen Ausgang einer Wahl auf eine sachliche Grundlage zu stellen und den Einfluß rein interessegeleiteter Aussagen zurückzudrängen. Ein Weg zu diesem Ziel führt über einen intensiven Qualitätswettbewerb zwischen möglichst vielen Meinungsforschungsinstituten. Solange sie die politischen Sachfragen nicht vollends aus dem Bewußtsein der Öffentlichkeit drängen, ist es deshalb durchaus ein gutes Zeichen für die Demokratie, wenn sich die Medien vor einer Wahl den Neuigkeits- und Unterhaltungswert von Umfrageergebnissen (siehe etwa Crewe 1986) zunutze machen und darüber mit der gebotenen Sorgfalt berichten – auch wenn sich der eine oder andere politisch interessierte Bürger zuweilen als Konsument der Sportberichterstattung fühlen mag.

## Literaturverzeichnis

- Altendorfer, Otto/Wiedemann, Heinrich/Mayer, Hermann (Hrsg.): Handbuch Der moderne Medienwahlkampf. Professionelles Wahlmanagement unter Einsatz neuer Medien, Strategien und Psychologien, Eichstätt: Media Plus Verlag, 2000.
- Althaus, Marco (Hrsg.): Kampagne! Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying, 2. Auflage, Münster: LIT, 2001.
- Babad, Elisha: Wishful Thinking among Voters: Motivational and Cognitive Influences, in: *International Journal of Public Opinion Research* 9 (1997), S. 105-125.
- Bartels, Larry: *Presidential Primaries and the Dynamics of Public Choice*. Princeton: Princeton University Press, 1988.
- Bartels, Larry M.: The Impact of Electioneering in the United States, in: Butler, David/Ranney, Austin (Hrsg.), *Electioneering. A Comparative Study of Continuity and Change*. Oxford: Clarendon Press, 1992, S. 244-277.
- Brettschneider, Frank: Der taktische und rationale Wähler. Über den Einfluß von Wahlumfragen auf das Wählerverhalten bei den Bundestagswahlen 1983 bis 1990. In: *Politische Vierteljahresschrift* 33 (1992), S. 55-72.
- Brettschneider, Frank: Wahlumfragen und Medien – Eine empirische Untersuchung der Presseberichterstattung über Meinungsumfragen vor den Bundestagswahlen 1980 bis 1994. In: *Politische Vierteljahresschrift* 37 (1996), S. 475-493.
- Brettschneider, Frank: Demoskopie im Wahlkampf – Leitstern oder Irrlicht? In: Klein, Markus/Jagodzinski, Wolfgang/Mochmann, Ekkehard/Ohr, Dieter (Hrsg.), *50 Jahre Empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000, S. 477-505.
- Campbell, James/Garand, James, C. (Hrsg.): *Before The Vote: Forecasting American National Elections*. Thousand Oaks: Sage, 2000.
- Cox, Gary W.: *Making Votes Count*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crewe, Ivor: Saturation polling, the media and the 1983 election. In: Crewe, Ivor/Harrop, Martin (Hrsg.), *Political Communications: The general election campaign of 1983*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 233-253.
- Daschmann, Gregor: Vox Pop & Polls: The Impact of Poll Results and Voter Statements in the Media on the Perception of a Climate of Opinion. In: *International Journal of Public Opinion Research* 12 (2000), S. 160-181.
- Delli Carpini, Michael X.: Scooping the Voters? The Consequences of the Networks' Early Call of the 1980 Presidential Race. In: *Journal of Politics* 46 (1984), S. 866-885.
- Donsbach, Wolfgang: Die Rolle der Demoskopie in der Wahlkampf-Kommunikation. In: *Zeitschrift für Politik* 31 (1984), S. 388-407.
- Downs, Anthony: *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- Engel, Andreas: Demoskopie als ein Instrument der Politikvermittlung. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), *Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Stuttgart: Bonn Aktuell, S. 251-274.
- Falter, Jürgen W.: Die Bundestagswahl von 1987: Ursachen und Auswirkungen des Wahlergebnisses, in: Haungs, Peter/Jesse, Eckhard (Hrsg.), *Parteien in der Krise? In- und ausländische Perspektiven*. Köln: Wissenschaft und Politik, 1987, S. 257-264.

- Falter, Jürgen W./Schumann, Siegfried: Methodische Probleme von Wahlforschung und Wahlprognose. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* B43 (1989), S. 3-14.
- Feld, Lars P./Kirchgässner, Gebhard: Erwartete Knappheit und die Höhe der Wahlbeteiligung: Empirische Ergebnisse für die neunziger Jahre. In: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.) *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001, S. 415-441.
- Ferejohn, John A./Fiorina, Morris P.: Closeness Counts Only in Horseshoes and Dancing. In: *American Political Science Review* 69 (1975), S. 920-925.
- Fuchs, Douglas A.: Election-Day Radio-Television and Western Voting. In: *Public Opinion Quarterly* 30 (1966), S. 226-236.
- Furmaniak, Karl/Hoschka, Peter/Schunck, Hermann: Wahlforschung, Demoskopie und Politikberatung: Erwartungen, Möglichkeiten, Mißverständnisse – ein Erfahrungsbericht. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 6 (1975), S. 566-579.
- Gallus, Alexander: Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfes. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* (2002), S. 29-36.
- Ginsberg, Benjamin: How Polling Transforms Public Opinion. In: Margolis, Michael/Mauser, Gary A. (Hrsg.), *Manipulating Public Opinion*. Pacific Grove: Brooks/Cole, 1989, S. 271-293.
- Granberg, Donald/Holmberg, Sören: *The Political System Matters*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.
- Gschwend, Thomas/Norpoth, Helmut: „Wenn am nächsten Sonntag...“: Ein Prognosemodell für Bundestagswahlen. In: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.) *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1998*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001, S. 473-499.
- Handrich, Lars/Roericht, Ute: Wahlprognosen mit Wahlbörsen. Das Berliner Beispiel 1999. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 29 (2001), S. 822-841.
- Hartenstein, Wolfgang: Mit Prognosen leben: Der Einfluß von Wahlvoraussagen auf das Wählerverhalten. In: Böhret, Carl/Großer, Dieter (Hrsg.), *Interdependenzen von Politik und Wirtschaft. Festschrift für Gert von Eynern*, Berlin: Duncker und Humblot, 1967, S. 285-306.
- Hilmer, Richard/Hofrichter, Jürgen: Wahltagsbefragungen in den neunziger Jahren: Überblick und Bilanz. In: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.) *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001, S. 443-472.
- Kirchgässner, Gebhard: Der Einfluß von Meinungsumfragen auf das Wahlergebnis. In: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.), *Wahlen und politischer Prozeß. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1983*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1986, S. 232-247.
- Kirchgässner, Gebhard: Towards a theory of low-cost decisions, in: *European Journal of Political Economy* 8 (1992), S. 305-320.
- Kunze, Mitch: Pre-election Polling and the Rational Voter: Evidence from State Panel Data (1986-1998). In: *Public Choice* 107 (2001), S. 21-34.
- Lupri, Eugen: Soziologische Bedeutung der Wahlprognose. In: Hartmann, K.D. (Hrsg.), *Politische Beeinflussung. Voraussetzungen, Ablauf und Wirkungen*. Frankfurt/Main: Europäische Verlagsanstalt, S. 99-116.
- McAllister, Ian/Studlar, Donley T.: Bandwagon, Underdog, or Projection? Opinion Polls and Electoral Choice in Britain, 1979-1987. In: *Journal of Politics* 53 (1991), S. 720-741.

- Mendelsohn, Harold: Western Voting and Broadcasts of Results on Presidential Election Day. In: *Public Opinion Quarterly* 30 (1966), S. 212-225.
- Nadeau, Richard/Niemi, Richard G./Amato, Timothy: Expectations and Preferences in British General Elections. In: *American Political Science Review* 88 (1994), S. 371-383.
- Oberndörfer, Dieter: Politische Meinungsforschung und Politik. In: Oberndörfer, Dieter (Hrsg.), *Wählerverhalten in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin: Duncker und Humblot, 1978, S. 13-38.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Das doppelte Meinungsklima. In: *Politische Vierteljahresschrift* 18 (1977), S. 408-451.
- Pappi, Franz Urban / Thurner, Paul W.: Electoral Behavior in a Two-Vote-System: Incentives for Ticket Splitting in German Bundestag Elections. In: *European Journal of Political Research* 41 (2002), S. 207-232.
- Pattie, Charles/Johnston, Ron: Voter Turnout at the British General Election of 1992: Rational Choice, Social Standing or Political Efficacy? In: *European Journal of Political Research* 33 (1998), S. 263-283.
- Patterson, Thomas E.: *The Mass Media Election: How Americans Choose Their President*. New York: Praeger, 1980.
- Patterson, Thomas E.: *Out of Order*. New York: Alfred A. Knopf, 1993.
- Rattinger, Hans/Ohr, Dieter: Wahlprognosen in einer Welt ohne Stichprobenfehler: Analytische Überlegungen und empirische Befunde. In: Falter, Jürgen W./Rattinger, Hans/Troitzsch, Klaus G. (Hrsg.), *Wahlen und politische Einstellungen in der Bundesrepublik Deutschland*. Frankfurt/Main: Peter Lang, 1989, S. 282-331.
- Reumann, Kurt: Gibt es einen Fallbeil-Effekt für die kleinen Parteien? In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 9.3.1983, S. 4.
- Roth, Dieter: *Empirische Wahlforschung*. Opladen: Leske und Budrich, 1998
- Schmitt-Beck, Rüdiger: Mass Media, the Electorate, and the Bandwagon. A Study of Communication Effects on Vote Choice in Germany, in: *International Journal of Public Opinion Research* 8 (1996a), S. 266-291.
- Schmitt-Beck, Rüdiger: Medien und Mehrheiten: Massenmedien als Informationsvermittler über die Wahlchancen der Parteien, in: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 27 (1996b), S. 127-144.
- Schnell, Rainer: *Nonresponse in Bevölkerungsumfragen*. Opladen: Leske und Budrich, 1997.
- Schoen, Harald: Mehr oder weniger als fünf Prozent – ist das wirklich die Frage? in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 51 (1999), S. 565-582.
- Schoen, Harald: Appelle zu taktischem Wahlverhalten – effektive Werbung oder verfehlte Wahlkampfretorik? In: Falter, Jürgen/Gabriel, Oscar W./Rattinger, Hans (Hrsg.), *Wirklich ein Volk?* Opladen: Leske und Budrich, 2000, S. 641-673.
- Schönbach, Klaus/Semetko, Holli A.: Medienberichterstattung und Parteienwerbung im Bundestagswahlkampf 1990. In: *Media Perspektiven* 4/1994 (1994), 328-340.
- Shaw, Daron R./Roberts, Brian E.: Campaign Events, the Media and the Prospects of Victory: The 1992 and 1996 US Presidential Elections, in: *British Journal of Political Science* 30 (2000), S. 259-289.

- Sigelman, Lee/Bullock, David: Candidates, Issues, Horse Races, and Hoopla. Presidential Campaign Coverage, 1888-1988. In: *American Politics Quarterly* 19 (1991), S. 5-32.
- Simon, Herbert A.: Bandwagon and Underdog Effects. In: Simon, Herbert A. (Hrsg.), *Models of Man: Social and Rational*. New York: Wiley, 1957, S. 79-87.
- Tsebelis, George: A General Model of Tactical and Inverse Tactical Voting. In: *British Journal of Political Science* 16 (1986), S. 395-404.
- Tuchman, Sam/Coffin, Thomas E.: The Influence of Election Night Television Broadcasts in a Close Election. In: *Public Opinion Quarterly* 35 (1971), S. 315-326.
- Uhlener, Carol J./Grofman, Bernard: The race may be close but my horse ist going to win: Wish fulfillment in the 1980 presidential election, in: *Political Behavior* 8 (1986), S. 101-129.
- Weßels, Bernhard: ‚Aufrichtiges‘ Wahlverhalten: Parteiorientierungen, Kandidatenbeurteilungen und generalisierte Politikdistanzen. In: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.) *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1998*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001, S. 695-716.
- West, Darrell M.: Polling Effects in Election Campaigns. In: *Political Behavior* 13 (1991), S. 151-163.
- Wildenmann, Rudolf: *Macht und Konsens als Problem der Innen- und Außenpolitik*. Frankfurt/Main: Athenäum, 1963
- Wilke, Jürgen/Reinemann, Carsten: *Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949-1998*, Köln u.a.: Böhlau, 2000.
- Zintl, Reinhard: Die Kriterien der Wahlentscheidung in Rational-Choice-Modellen. In: Rattinger, Hans/Gabriel, Oscar W./Jagodzinski, Wolfgang (Hrsg.), *Wahlen und politische Einstellungen im vereinigten Deutschland*. Frankfurt/Main: Peter Lang, 1994, S. 501-523.