



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN



Philosophische Fakultät – Institut für Kommunikationswissenschaft

Ringvorlesung

Methoden der empirischen Sozialforschung II

Sommersemester 2008

Ablauf

5. Durchführung von Befragungen

20.05.08	Theorien der Befragung	Prof. Häder
27.05.08	Einführung in die standardisierte Befragung	Prof. Donsbach
03.06.08	Fragebogenkonstruktion: von der Kunstlehre zur Wissenschaft	Prof. Donsbach
10.06.08	Spezielle Verfahrensformen bei persönlichen, telefonischen und schriftlichen Umfragen	Prof. Donsbach
17.06.08	Neuere Formen der quantitativen Befragung	Prof. Donsbach

Vorlesung 24

Neuere Formen der quantitativen Befragung und Meinungsforschung als gesellschaftliches und politisches Thema

Prof. Dr. Wolfgang Donsbach
Institut für Kommunikationswissenschaft

Email-/Web-Umfragen



Unterscheidung nach Zugang zu Befragtem

E-Mail-Surveys: Formen

Embedded e-mail survey

Fragen sind in einer E-Mail aufgeführt

Questionnaire attached e-mail survey

Fragebogen wird als E-Mail-Anhang versendet

Survey program attached e-mail survey

Ein in eine Befragungssoftware integrierter
Fragebogen wird als E-Mail-Anhang versendet

Web-based e-mail surveys

E-Mail mit einem Link zu einem dort hinterlassenen
Fragebogen

Web-Surveys: Formen

ad-hoc visitor survey

Alle Besucher einer bestimmten Seite werden per Banner oder Textlink auf eine Befragung aufmerksam gemacht

pop-up visitor survey

Zufallsgesteuerte Pop-Up-Fenster laden eine Auswahl von Besuchern zur Teilnahme an der Befragung ein

Tabelle 2: Rekrutierungsverfahren für Online-Befragungen

Deterministische Verfahren <i>(Nonprobability Methods)</i>	Zufallsverfahren <i>(Probability Methods)</i>
1. Unterhaltungsumfragen	4. Stichprobe aus Liste der Grundgesamtheit
2. uneingeschränkte Selbstselektion	5. vorbereitetes Panel der Internetnutzer
3. freiwillige Opt-in Panels	6. vorbereitetes Panel der Gesamtbevölkerung
	7. Ansprache durch Unterbrechung *
	8. Option in Mixed Mode Umfragen

Quelle: COUPER, 2000b, S. 477

* Jedem n-ten Besucher einer Website wird Aufforderung präsentiert

Quask | Demo Movies - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Gehe Lesezeichen Extras Hilfe

http://www.quask.com/en/product_demos.asp

Lesezeichen

Suchen:

- IFK
- TU-Dresden
- IFK Förderverein
- Lindenberg
- Moppedtouren um B...
- MSN.de
- MSN
- Neues Design TUD IfK
- Pollenflug
- Pressespiegel TU
- Radio Station Guide
- T-Online Themen
- Radiostationsübersi...
- Routenplaner
- www.donsbach.net
- T-Online eMail
- Telefonbuch
- The Iowa Guide
- Wikipedia, encyclop...
- Ewiger Kalender (Fe...
- Blog: Publizistik in B...
- Flughafenführer - P...
- Start Orange wifi ac...
- T-Online Service: e...
- LiveATC.net
- AirportMonitor PAS...
- Wohnaccessoires, B...
- LEO Archive
- Villa La Collina
- Wikipedia.de
- Wikipedia english
- tombow-shop

Quask | Demo Movies

 Home | **Products** | Applications | Samples | Download | Purchase | Support | Customers | Partners | Newsroom | Contact

Demo Movies - How FormArtist Works

This is an animated tour that will take you step-by-step through the process of designing a form, deploying it to a web server and analyzing

- To see online demos of FormArtist WorkFlow, our workflow management software, [click here](#).
- To see an online demo of FormArtist LiveStats, our browser-based, real-time reporting and analysis module, [click here](#).



Design a Form or Survey

FormArtist is installed on your PC. It is fast and packed with functionality. You can design your forms and surveys without having to be connected to the Internet.

→ [Show movie...](#)



Use Styles

Creating forms and surveys with pre-defined styles is very quick and straightforward. Commonly asked questions or question groups can be dropped in instantly, and you can also create your own styles.

→ [Show movie...](#)



Deploy the Form

Point a form at your deployment profile (a saved description of your web server) and your form is live. No separate FTPing or file copying is needed. You can publish to various web servers. FormArtist works with almost all web servers whether Microsoft, Unix or Linux. Your forms and surveys can appear in 'pop-up' windows or can be embedded into your web pages.

→ [Show movie...](#)

Fertig

Start | 2 Windows E... | AmCham - Me... | 2 Microsoft P... | 3 Outlook Ex... | Quask | Dem... | DE | 11:19

Zask - Studenten-Pakete - Erstellen Sie Ihre Online-Umfrage, Fragebogen, Befragung - Windows Internet Explorer

http://www.2ask.de/orbiz/DigiTrade/1efe3669fff20dd144d554114feb3527/Studenten-Pakete--120d.html

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Google                                   

onlineumfragen.com - Online Umfragen erstellen, durchführen, auswerten! Meinungsumfragen, Befra - Windows Internet Explorer

http://www.onlineumfragen.com/google.cfm?type=GoogleAdWordsContent&gclid=CMnypq3--pMCFQYPuwodjWby2A

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Google befager.de Los geht's! Lesezeichen 14 blockiert Rechtschreibprüfung Übersetzen Senden an befager.de Einstellungen

onlineumfragen.com - Online Umfragen erstelle...

home | kontakt

Onlineumfragen.com

mehr über: [Erstellen](#) | [Befragen](#) | [Auswerten](#) | [Preise](#) | [Beispiele](#) | [zusätzliche Services](#) | [Login Passwort](#) | [Bücher](#) | [AGB/Datenschutz](#) | [Broschüre](#)

[Anmelden](#) [Demo](#) [Fragen & Antworten](#) [Funktionen](#) [Referenzen](#)

Erstellen - Befragen - Auswerten

3 Schritte und Sie halten Ihre Auswertungen in den Händen.

- Fragebogen erstellen (schnell & einfach)
- Befragung veröffentlichen, Teilnehmer einladen / erinnern (WebSite, E-Mail, Intranet, Brief, Telefon, Fax)
- Auswertungen, Diagramme und Fragebögen jederzeit anzeigen, drucken, exportieren (Excel, SPSS, etc.)

- 1. Online... erstellen**
umfassende Teilnehmer-Verwaltung
sicher & zuverlässig
parallele Fax-/Papier-Befragung
- 2. Online... befragen**
- 3. Online... auswerten**

Komplette Umfragen inkl. Auswertung - im FREE-Level völlig kostenlos! -> [siehe Preisbeispiele](#)

- umfangreiche Auswertungstools ■ höchste Flexibilität ■ Mehrsprachigkeit in beliebigen Sprachen
- Scores ■ umfangreiche Fragetypen ■ Fragebibliotheken ■ Export-Tools ■ Funktionen für 360° Feedback
- persönlicher Support ■ Nachverfolgen von Offline-Fragebögen (Papierbefragungen)

Zusätzliche Services wie Fragebogen-Erfassung, Projektberatung, Fullservice, Fax-Befragungen, Mobile Devices, PaperPencil, etc. -> [mehr](#)

Jetzt anmelden
kostenlos & schnell

Online-Befragung vs. *Papier-Befragung

- keine Druck-Kosten
- kein Porto für Einladungen
- kein Rückporto für Fragebögen
- keine Erfassung und Auszählung der Antwortbögen
- Berechnung und Analyse automatisch
- Diagramme und Berichte automatisch

Free-Level
100 % kostenlos!

Pro-Level
Profi-Tool, kein Abo
(nur Antworten zählen)

[Jetzt gratis anmelden und starten!](#)
[Levels & Preise](#)

■ 50% Rabatt für Studierende

Beispiele

- Mitarbeiter-Umfragen ([mehr](#))
- Kunden-Umfragen ([mehr](#))
- Schulen & Schulevaluation ([mehr](#))
- Lernkontrollen ([mehr](#))
- Studium & Diplomarbeiten ([mehr](#))
- WebSite / Usability ([mehr](#))

World Vision
1 € pro Umfrage geht an WorldVision
(Integration behinderter Kinder)

Video des Monats Mai
[Optische Täuschung & Gehirnhälfte](#)

uptime 100%
letzte 365 Tage

SSL
256-Bit-SSL
sicheres Login
sichere Befragungen

Internet | Geschützter Modus: Aktiv 100% 09:35

Befrager - Windows Internet Explorer

http://www.befrager.de/

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Google Cefrager.de Los geht's! Lesezeichen 14 blockiert Rechtschreibprüfung Übersetzen Senden an befrager.de Einstellungen

Befrager

Befrager.de
Onlinebefragungen komplett kostenlos...

Sie befinden sich gerade hier: [Home](#)

Aktuelle Befragungen

Infos zum Servercrash

[Login](#)

Zur Zeit online: 259

Voycer AG

Liebe Nutzer von Befrager.de,

nach über 4 Jahren Befrager ist nun die Zeit gekommen den nächsten evolutionären Schritt zu tun. Der Befrager wird in das Voycer.de Portal integriert werden. Alle laufenden Befragungen werden natürlich wie bisher auf dem laufendem System durch geführt, wer noch eine Befragung hat, kann sich weiterhin einloggen. Außerdem bleibt der Service natürlich auch weiterhin völlig kostenlos.

Dieser Schritt ist nötig, da nach 8.000 Befragungen und mehr als 750.000 Teilnehmern die Sache für eine einzelne Person einfach zu groß wird. Mit Voycer.de steht eine wesentlich professionellere Organisation zur Verfügung und eine wesentlich leistungsfähigere Infrastruktur.

Aber noch viel mehr ermöglicht das neue Voycer Portal. Viele von den bisherigen Nutzer haben sich einen Zugang zu mehr interessierte Votern für Umfragen gewünscht und zusätzlich ein Forum für den begleitenden Meinungsaustausch im Umfeld der Umfragen gesucht. Beides wird mit Voycer ermöglicht. Voycer ist ein unabhängiges Portal, gegründet von einer soziologischen Interessensgemeinschaft, welche die Stimme der Konsumenten in Richtung Wirtschaft stärken will. Jeder Nutzer hat die Möglichkeit seine Meinung zu positionieren und interessierte Mitglieder aus der Voycer Community für sein Umfrage-Projekt zu gewinnen.

Doch zunächst könnt Ihr wie bisher bei Befrager.de gewohnt Eure Umfragen einfach, schnell und professionell erstellen und auswerten, damit Eure Forschungsarbeiten, Umfragen und Beurteilungen noch effizienter werden. Angefangen von einer in 5 Minuten zu erstellenden Blitzumfrage (Poll) bis hin zu umfangreichen professionellen Marktforschungswerkzeugen stellt Voycer jedem Anwender neueste Umfrage-Technologie, Statistik, Methodik und ein umfassendes Forum zur Meinungsbildung und -austausch zur Verfügung.

Noch ein persönlichen Dank an alle bisher treuen Nutzer von Befrager.de: Ich möchte allen danken und wünsche mir das ebenso viele Ideen und Anregungen von Ihnen in Voycer einfließen und alle diese fantastische Idee und den umfassenden Service weiter bekanntmachen. Ich werde dieses Projekt auch in den nächsten Jahren weiter beratend unterstützen und freue mich mit Ihnen in Kontakt zu bleiben.

Ich möchte Sie nun alle bitten, sich unter www.voycer.de zu registrieren und zu helfen, aus dieser Idee etwas Großes zu machen!

Christian Hansen & Hiram Bingham, CEO Voycer AG

Google-Anzeigen

[Interview CATI](#)
[Fragebogen](#)
[Auswertung](#)
[Umfrage Aufbau](#)
[Google-Anzeigen](#)

[onlineumfragen.cc](#)
Profi-Umfragen online erfassen befragen und auswerten - kostenlos!
www.onlineumfragen.cc

[Online Umfrage erstellen.](#)
Umfrage mit Webdienst online erstellen, durchführen & auswerten
www.2ask.de

[Datenerhebung](#)
high end: vom online Fragebogen bis zur Auswertung
www.interogare.de

[Fragebogen Software](#)
Mit easyQ sind Umfragen leicht gemacht und korrekt

Fertig

Internet | Geschützter Modus: Aktiv

100%

09:37

Befrager - Windows Internet Explorer

http://www.befrager.de/CrashInfo.aspx

Google

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Google bef. bef. de Los geht's! Lesezeichen 14 blockiert Rechtschreibprüfung 81 % Übersetzen Senden an bef. bef. de Einstellungen

Befrager

 **Befrager.de**
Onlinebefragungen komplett kostenlos...

Informationen zum Server-Crash

Aktuelle Befragungen

Infos zum Servercrash

+ Login

Zur Zeit online: 254

zurück

Am 5. Juni erlitt der Webserver des Befragers einen Ausfall. Es stellte sich heraus, dass es sich um einen tatsächlichen Festplattenausfall handelte. Drei Tage später ging der Server wieder ans Netz. Es wurde allerdings ein Update vom 8. Mai eingespielt. Nachdem der Server wieder am online war, meldete sich sofort eine große Anzahl an Nutzern an. Das verursachte ein Riesenproblem, da somit neue Fragen, Seiten, Skalen etc. erzeugt wurden, die die Daten in meiner Datenbanksicherung überschrieben. Daher konnte ich diese Sicherungen der Datenbanken nicht mehr einspielen. Ich habe dann versucht soviel wie möglich aus den Sicherungen in eine andere Datenbank einzuspielen. Diese Datenbank ist unter <http://87.106.36.96/befrager2> erreichbar. Ihr könnt Euch dort einloggen und Befragungen und Daten herunterladen. Diese Daten stehen auf dem Stand mindestens vom 26. Juni, einige Befragungen sind auch aktueller.

Dieser Ausfall hat nichts mit dem Übergang zu Voycer zu tun!

Im Gegenteil, Voycer wird die nötigen Strukturen bereitstellen, um solche Ausfälle zu vermeiden: Redundante Server, volle Kontrolle über die Hardware, professionelle Backupsysteme, 24/7 Überwachung.

©2005-2007 christian hansen | design by (dplex) from 26. nov 2006

Internet | Geschützter Modus: Aktiv 100%

Posteingang - Mic... Do_Präsentationen Microsoft PowerPoi... Befrager - Windows ... DE 09:36

Dual Mode: Online-Fragebogen

DGPuK Mitgliederbefragung 2003 - Microsoft Internet Explorer

Adresse <http://141.30.38.76/cgi-bin/dgpuk/main.pl>


Mitgliederbefragung 2003

STATUS: 4%

☒ 10% ☐ 20% ☐ 30% ☐ 40% ☐ 50% ☐ 60% ☐ 70% ☐ 80% ☐ 90% ☐ 100%

(2) Wir haben hier einige Gegensatzpaare zusammengestellt, mit denen Organisationen wie die DGPuK beschrieben werden können. Welche der beiden Eigenschaften trifft Ihrer Meinung nach eher auf die DGPuK zu? Wo auf der Skala würden Sie sie einordnen?

innovativ	☐	☐	☐	☐	☐	nicht innovativ
einflussreich	☐	☐	☐	☐	☐	einflusslos
undurchsichtig	☐	☐	☐	☐	☐	transparent
ineffizient	☐	☐	☐	☐	☐	effizient
sympathisch	☐	☐	☐	☐	☐	unsympathisch
rückwärtsgewandt	☐	☐	☐	☐	☐	fortschrittlich
demokratisch	☐	☐	☐	☐	☐	undemokratisch
bürokratisch	☐	☐	☐	☐	☐	unbürokratisch
familiär	☐	☐	☐	☐	☐	anonym
einseitig	☐	☐	☐	☐	☐	pluralistisch
unprofessionell	☐	☐	☐	☐	☐	professionell
praxisfern	☐	☐	☐	☐	☐	praxisnah
kostenbewußt	☐	☐	☐	☐	☐	verschwenderisch
provinziell	☐	☐	☐	☐	☐	weltoffen

Weiter

Fertig Internet

Dual Mode: Paper and Pencil für Offliner



Fragebogen Mitgliederbefragung

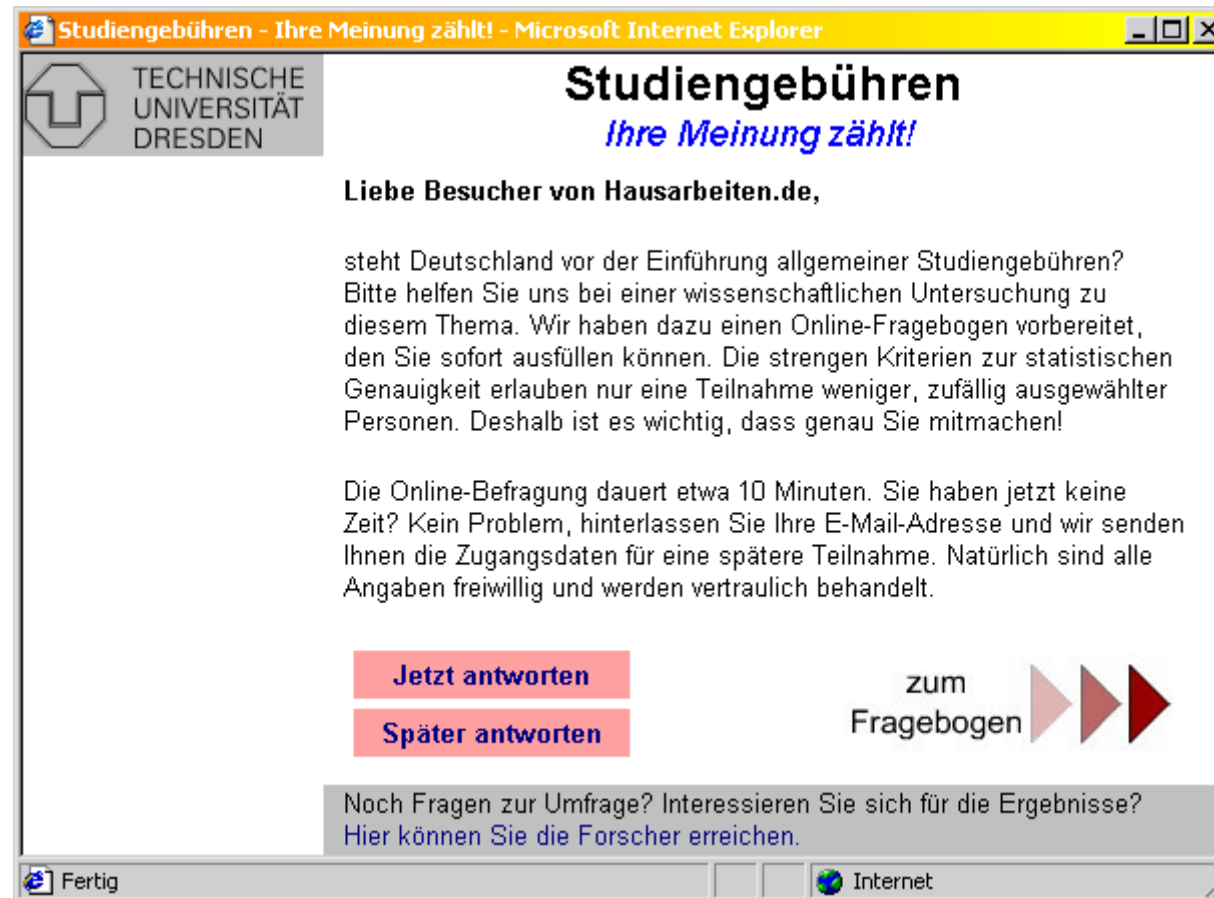
(1) Man kann sich ja unterschiedlich stark mit einer wissenschaftlichen Fachgesellschaft identifizieren. Wie weit identifizieren Sie sich mit der DGPuK?

voll und ganz
überhaupt nicht

☐
☐
☐
☐
☐

(2) Wir haben hier einige Gegensatzpaare zusammengestellt, mit denen Organisationen wie die DGPuK beschrieben werden können. Welche der beiden Eigenschaften trifft Ihrer Meinung nach eher auf die DGPuK zu? Wo auf der Skala würden Sie sie einordnen?

innovativ	☐	☐	☐	☐	☐	nicht innovativ
einflussreich	☐	☐	☐	☐	☐	einflusslos
undurchsichtig	☐	☐	☐	☐	☐	transparent
ineffizient	☐	☐	☐	☐	☐	effizient
sympathisch	☐	☐	☐	☐	☐	unsympathisch
rückwärtsgewandt	☐	☐	☐	☐	☐	fortschrittlich
demokratisch	☐	☐	☐	☐	☐	undemokratisch
bürokratisch	☐	☐	☐	☐	☐	unbürokratisch
familiär	☐	☐	☐	☐	☐	anonym
einseitig	☐	☐	☐	☐	☐	pluralistisch
unprofessionell	☐	☐	☐	☐	☐	professionell
praxisfern	☐	☐	☐	☐	☐	praxisnah
kostenbewusst	☐	☐	☐	☐	☐	verschwenderisch
provinziell	☐	☐	☐	☐	☐	welttoffen



Studiengebühren - Ihre Meinung zählt! - Microsoft Internet Explorer

Ein wichtiger Bestandteil der Bildungslandschaft sind die Hochschulen.

Wie schätzen Sie die Studienbedingungen an deutschen Hochschulen ein?

schlecht ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr gut
 1 2 3 4 5

Bitte klicken Sie auf die angezeigte Skala. Sie können Ihre Bewertung jederzeit korrigieren.

Fertig Internet

Abb. 8: Online-Fragebogen mit numerischer Skala (Frage 2)

Studiengebühren - Ihre Meinung zählt! - Microsoft Internet Explorer

74% bearbeitet

Welche Qualifikationen sollten Ihrer Meinung nach einen Hochschulabsolventen kennzeichnen?

☐ Analytische Fähigkeiten	☐ Kritisches Urteilsvermögen
☐ Internationale Erfahrung	☐ Selbständige Arbeitsweise
☐ Abgeschlossene Persönlichkeit	☐ Theoretischer Überblick
☐ Praktische Erfahrungen	☐ Spezifisches Fachwissen
☐ Soziale Kompetenzen	☐ Umfassende Allgemeinbildung

*Bitte kreuzen Sie **genau drei** Qualifikationen an, die Ihnen am wichtigsten erscheinen.*

zurück weiter

Fertig Internet

Studiengebühren - Ihre Meinung zählt! - Microsoft Internet Explorer

 **TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN**

Studiengebühren

Ihre Meinung zählt!

Vielen Dank für die Bearbeitung des Fragebogens. Sie haben uns damit wirklich sehr geholfen.

Wenn Sie in Zukunft über ähnliche Online-Umfragen zu aktuellen Themen informiert werden wollen, dann geben Sie hier bitte Ihre E-Mail-Adresse an:

E-Mail:

Die Angabe ist freiwillig. Ihre Adresse wird nur zur Benachrichtigung über Online-Umfragen verwendet und nicht im Zusammenhang mit Ihren Antworten ausgewertet. Eine Weitergabe an Dritte ist ausgeschlossen.

Haben Sie Verbesserungsvorschläge oder Fragen? Schreiben Sie mir eine E-Mail: Rainer.Boehme@mailbox.tu-dresden.de

Fertig Internet

B Skalendokumentation

Tabelle 22: Bildsequenzen der animierten Skalen

Zustimmungs-Skala



stimme nicht zu stimme voll zu

Bewertungs-Skala (Version 1)



schlecht sehr gut

Bewertungs-Skala (Version 2)



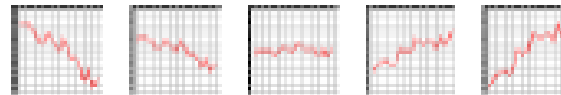
schlecht sehr gut

Bewertungs-Skala (sinnvoller Printing)



schlecht sehr gut

Entwicklungs-Skala



stark abnehmen stark zunehmen

Einige Motive wurden mit freundlicher Genehmigung der Firma Quark verwendet.



Ein wichtiger Bestandteil der Bildungslandschaft sind die Hochschulen.

Wie schätzen Sie die Studienbedingungen an deutschen Hochschulen ein?

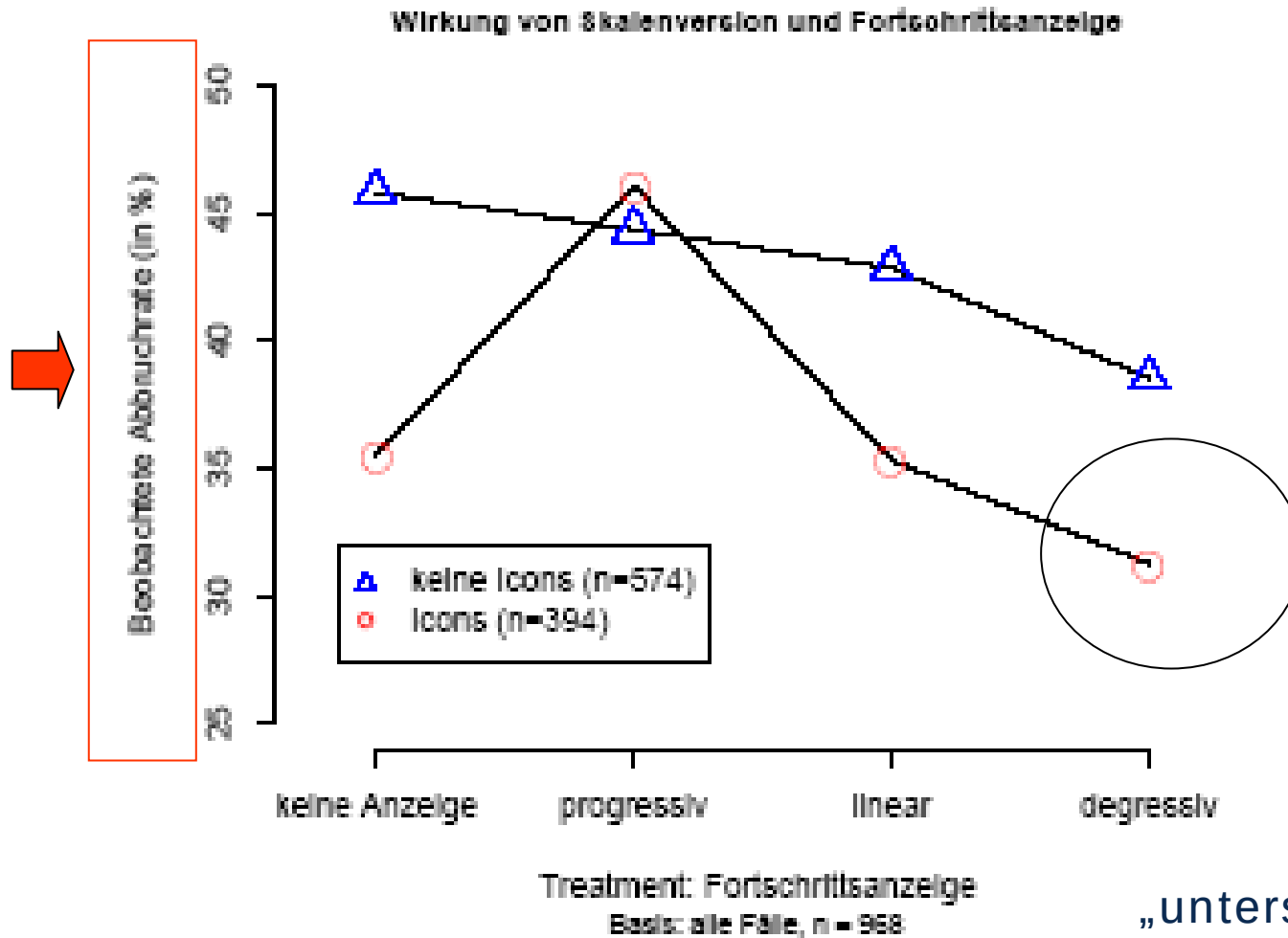


Bitte bewegen Sie den Regler mit der Maus. Sie können Ihre Bewertung jederzeit korrigieren.

◀ zurück

weiter ▶

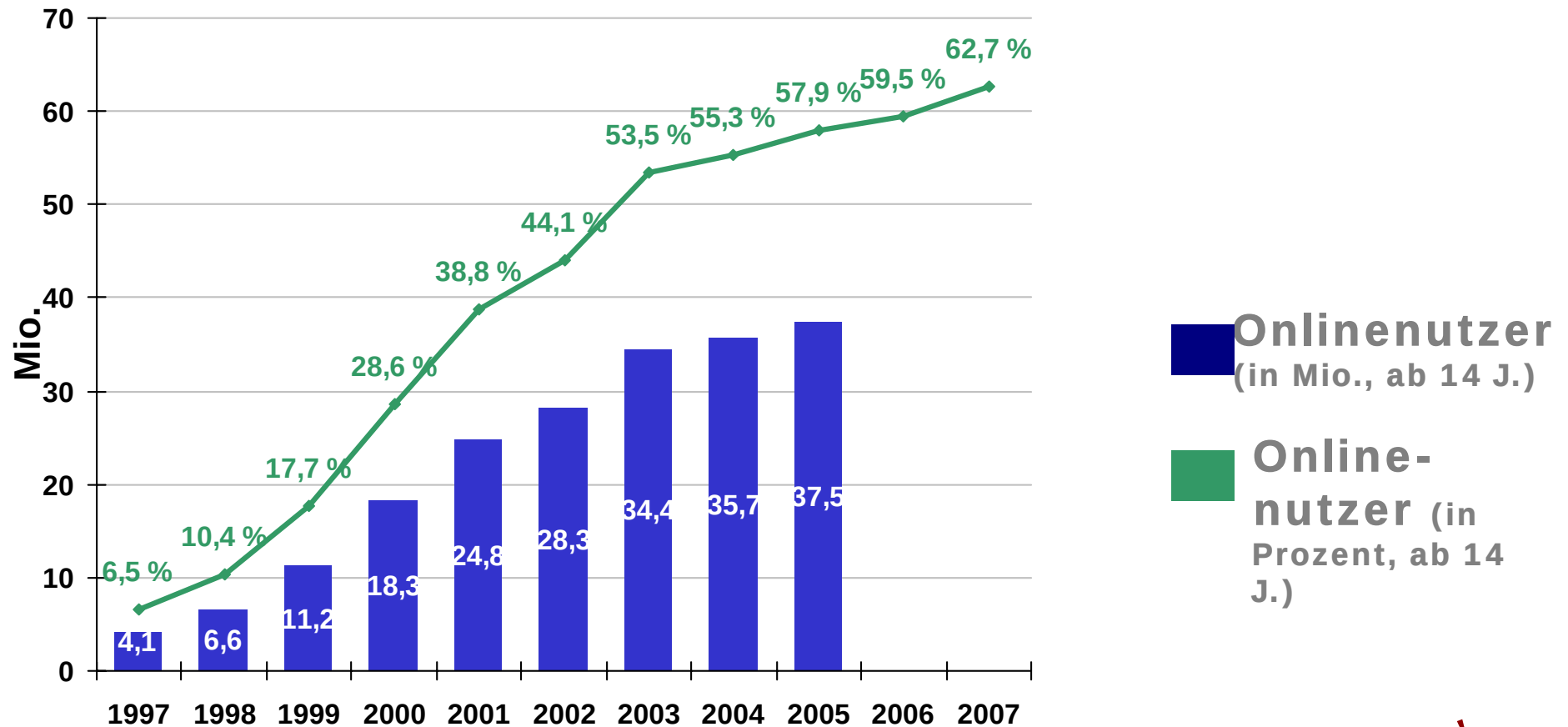




„unterschätzt“

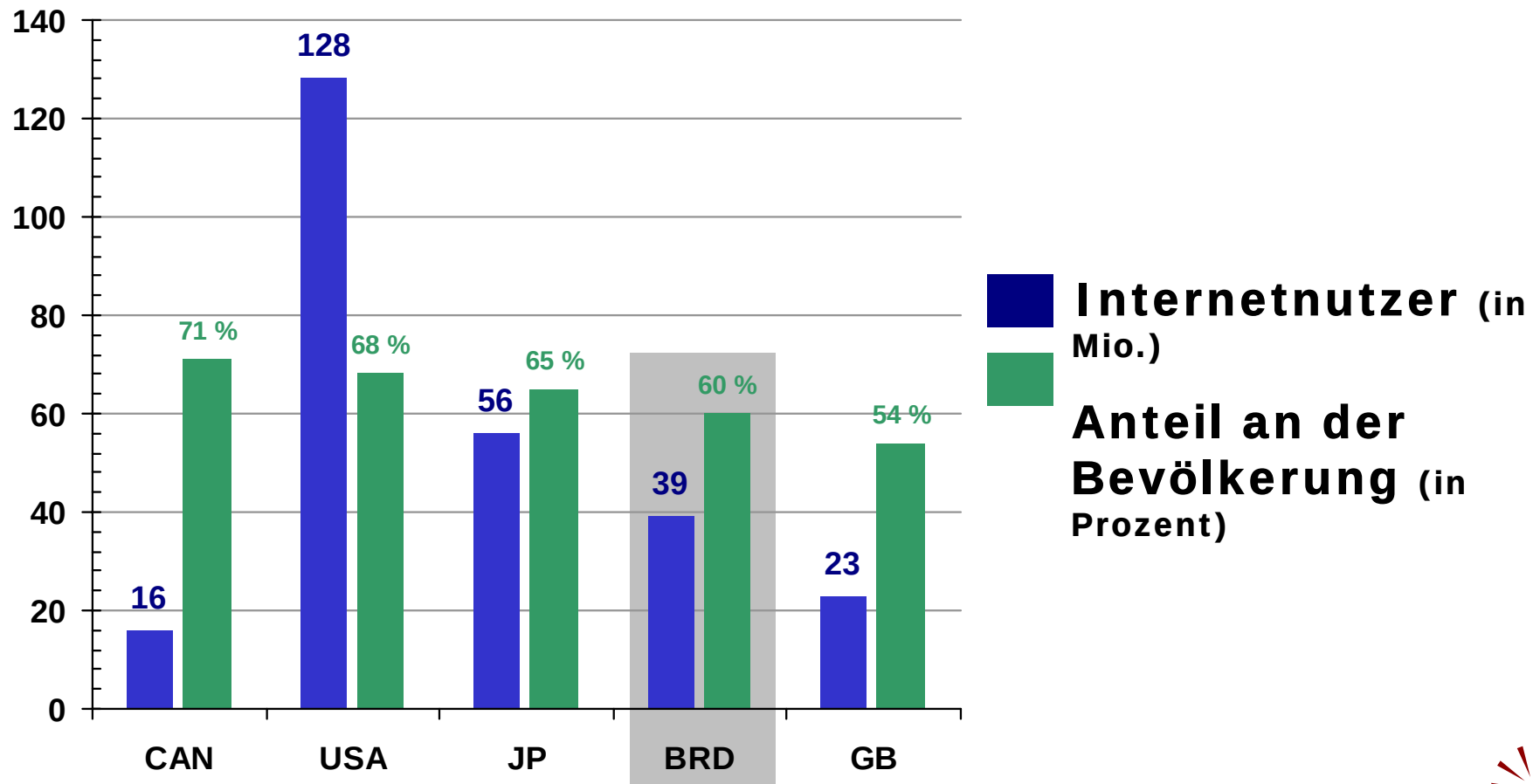
Problem der Repräsentativität

Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland (1997 bis 2005)



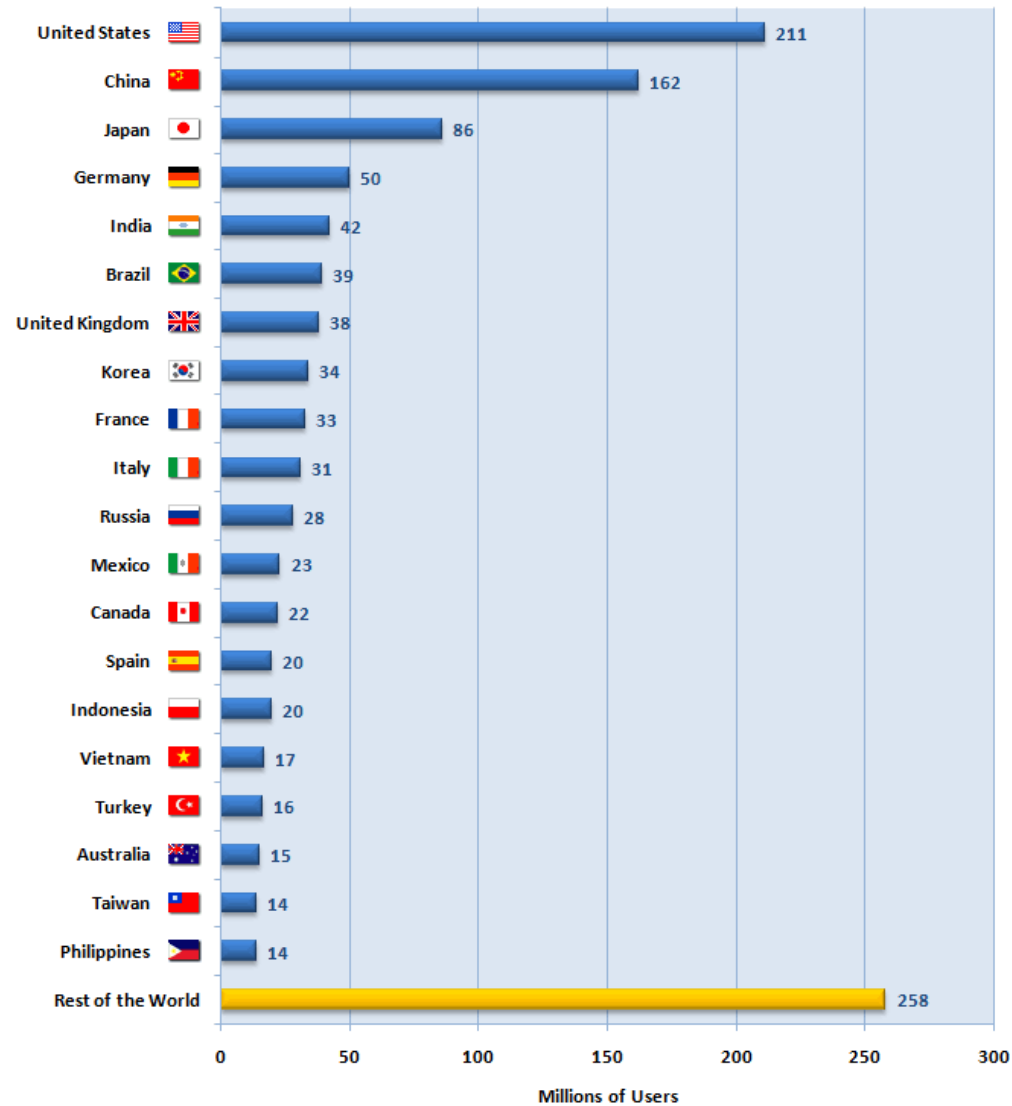
Quelle: ARD / ZDF-Online-Studie 2005

Internet-Nutzer, Länderauswahl (Stand 2003)



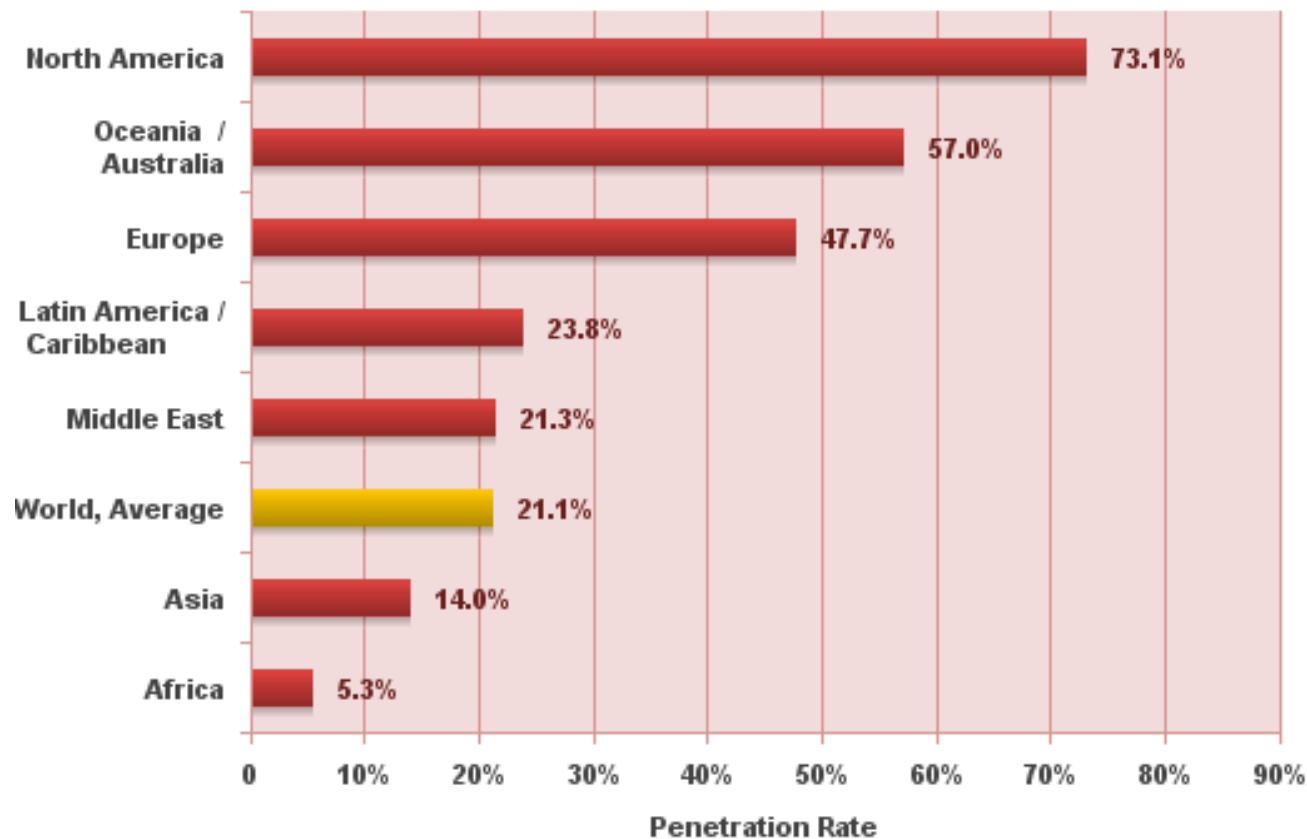
Quelle: Ipsos-Insight, 2003, <http://www.infrasearch.de/bmwi>

20 Top Countries in Internet Usage



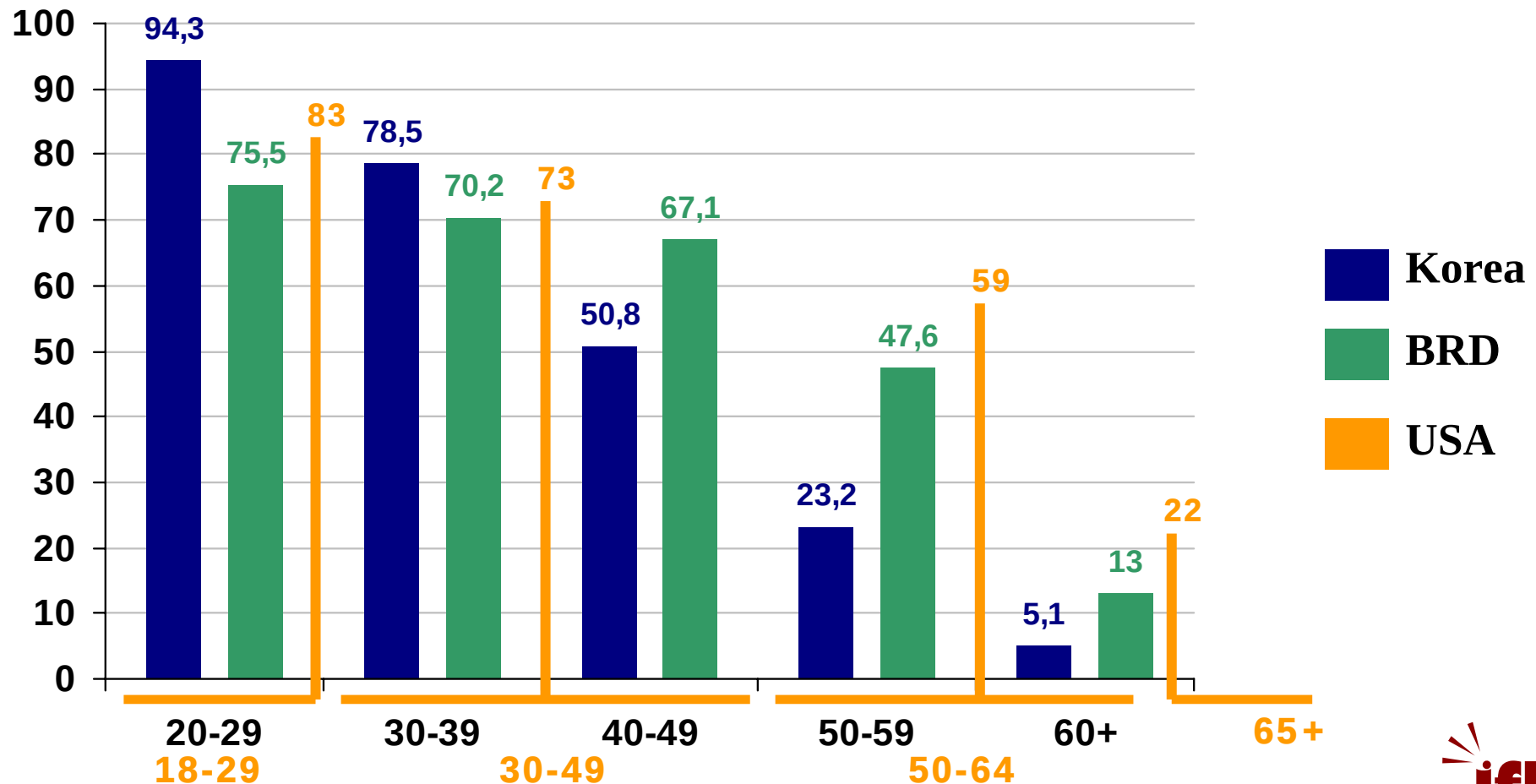
Copyright © June 2007, www.internetworldstats.com

World Internet Penetration Rates March 2008



Note: Penetration Rates are based on a world population of 6,676,120,288 for mid-year 2008
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group - www.internetworldstats.com

Internet-Nutzer, Länderauswahl (Stand 2003, nach Altersgruppen)



Quellen: Korea Network Information Centre, Pew Internet & American Life Project, ARD 7 ZDF-Onlinestudie 2004

① Offliner in Deutschland 2002 bis 2007

Personen ohne Onlinenutzung, Anteil in %

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Gesamt	55,9	46,5	44,7	42,1	40,5	37,3
männlich	47,0	37,5	35,8	32,5	32,7	31,1
weiblich	64,0	54,7	52,7	50,9	47,6	43,1
14-19 Jahre	23,1	8,7	5,3	4,3	2,7	4,2
20-29 Jahre	19,7	17,5	17,2	14,7	12,7	5,7
30-39 Jahre	34,4	26,1	24,1	20,1	19,4	18,1
40-49 Jahre	52,2	33,6	30,1	29,0	28,0	26,2
50-59 Jahre	64,6	51,1	47,3	43,5	40,0	35,8
60 Jahre und älter	92,2	86,0	85,5	81,6	79,7	74,9
Volksschule/Hauptschule	76,4	66,5	63,9	61,5	62,6	55,7
Weiterführende Schule	45,0	34,1	32,3	29,0	26,5	28,4
Abitur	21,6	14,7	12,6	15,2	10,0	9,6
Studium	20,7	20,4	20,6	16,9	16,4	15,7
berufstätig	40,7	30,0	26,6	22,9	26,0	21,4
in Ausbildung	18,9	8,9	5,5	2,6	1,4	2,4
nicht berufstätig	78,7	85,2	77,1	73,7	71,7	68,0

Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (2007: n=680, 2006: n=736, 2005: n=782, 2004: n=808, 2003: n=800, 2002: n= 509).

Quellen: ARD/ZDF-Offline-Studien 2002-2007.

ARD/ZDF-Offline-Studie 2007

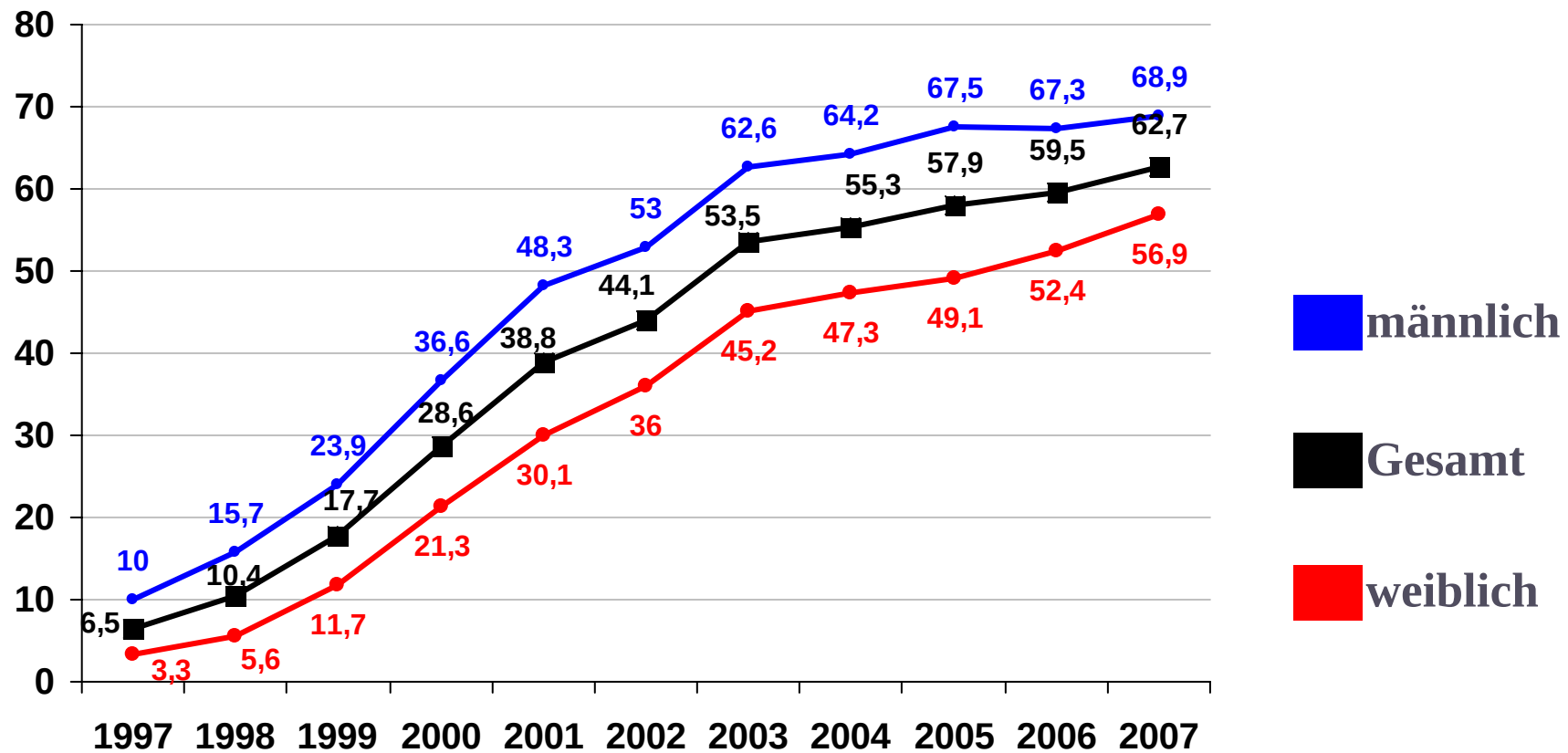
Offliner 2007: Zunehmend distanzierter, aber gelasse- ner Blick aufs Internet

Von Maria Gerhards* und Annette Mende**

MEDIA PERSPEKTIVEN 8/2007



Internetnutzer nach Geschlecht (in Prozent, ab 14 Jahre)



USA-Studie, N=4000 Telefon-Interviews

Regelmäßige Internetnutzung:

- All adults (18 and over): 59 percent
- Living in households where only Spanish is spoken: 18
- High school dropout: 20
- 65 and older: 25
- Disabled: 28
- Family income <\$20K: 33
- Hispanic: 35
- Black: 46
- White: 65
- Family income \$75K+: 89
- Graduate degree: 90

Quelle: Email von Matthew DeBell, Ph.D.; Federal Statistics Program 2007

Tabelle 1: Vergleich soziodemografischer Merkmale der traditionell durchgeführten Befragung mit dem Web Survey (Angaben in Prozent)

	Schriftliche Befragung mittels Zufallsstichprobe (Basis: Allgemeinbevölkerung; n = 1485)	Web-basierte Befragung mittels repräsentativem Online-Access-Panel (Basis: Internetnutzer; n = 475)
Geschlecht		
Männer	48,2	66,1
Frauen	51,8	33,9
Alter		
18-29	16,4	40,4
30-44	31,1	44,8
45-60	27,0	13,6
über 60	25,5	2,1
Bildungsabschluss		
einfacher	45,2	8,6
mittlerer	31,8	21,4
höherer	23,0	70,0



Fazit

Verglichen wurden die online und schriftlich erhobenen Daten einer Zufallsstichprobe von Internetnutzern mit denen einer Zufallsstichprobe der Allgemeinbevölkerung. Zwischen beiden Gruppen - und damit einhergehend zwischen den beiden Erhebungsmodi - sind in der überwiegenden Zahl der Ergebnisse deutliche Unterschiede zu erkennen. Eine Anpassungsgewichtung der Stichprobe der Internetnutzer an die Bevölkerungsstichprobe auf der Basis soziodemografischer Merkmale (Alter, Bildung, Geschlecht) ist angesichts der gegenwärtigen Internetpenetration und der besonderen Strukturmerkmale der Internetnutzer wenig erfolgversprechend. Werden dagegen die Befragtengruppen weitgehend parallelisiert (wie z.B. im vorliegenden Fall über einen höheren Bildungsabschluss), so zeigen die Ergebnisse unter beiden Erhebungsmodi eine überraschend hohe Übereinstimmung. Mit anderen Worten: Sofern sich das Erkenntnisinteresse bei der ISSP Umfrage auf die Einstellungen derjenigen beschränkt hätte, die über einen höheren Bildungsabschluss verfügen, so hätte eine solche Zielsetzung auch unter Rückgriff auf ein zufallsrekrutiertes Online-Panel in einem Web Survey weitgehend realisiert werden können.



Mögliche Probleme

- Technische Voraussetzungen
- Mangelnde Erfahrungen mit E-Mail und dem Internet
- Keine Kontrolle über die Beantwortungssituation (Fragen werden nicht aufmerksam gelesen, Nebentätigkeiten)
- Design kann ablenken
- Multimedia kann hilfreich oder hinderlich sein
- Layout kann beeinflussen
- Je mehr „Technik“ desto mehr Abbrüche
- Das Design kann sich je nach Browser verändern
- Kosten sind nicht immer niedriger, besonders repräsentative Umfragen mit Incentives sind u.U. sehr teuer

⑥ ISDN-Ausstattung 2003 bis 2007

in %

	2003	2004	2005	2006	2007
Gesamt	40	40	38	24	20
14–19 Jahre	42	33	44	25	12
20–29 Jahre	30	37	31	20	19
30–39 Jahre	37	33	29	26	17
40–49 Jahre	40	48	44	22	22
50–59 Jahre	59	42	43	31	25
60 Jahre oder älter	33	48	42	23	25

Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahre in Deutschland.

Teilgruppe: Befragte, die das Internet zuhause nutzen (2007: n=1 036; 2006: n=961;
2005: n=928; 2004: n=889; 2003: n=910).

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2003–2007.

Onliner 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter

Von Christoph Gscheidle * und Martin Fisch**

Vorteile	Nachteile
Kostengünstiger Versand und Rückversand	Sichprobenziehung, nur bestimmte Teilgruppen sind sinnvoll befragbar
Schneller Rücklauf möglich	Rücklauf in der Praxis gering, hohe Verweigerungsraten
Geringer personeller Aufwand, keine Interviewer notwendig	Selbstselektion der Befragten, Motivation zur Teilnahme gering
Multimediale Präsentationsmöglichkeiten	Darstellungsprobleme bei unterschiedlichen Browsern
Große Stichproben oder sogar Vollerhebungen ohne Mehraufwand möglich	Fragebogen muss kurz sein, komplexe Sachverhalte werden im Netz nur ungern bearbeitet
Automatische Dateneingabe durch Einbindung in Datenbankstrukturen	Keine Möglichkeit, Situationen des Ausfüllens zu kontrollieren
	Mögliche doppelte Teilnahme durch mehrfache E-Mail-Adressen
	Unklar, wer Fragebogen ausfüllt



Literatur

Abschnitte aus allgemeiner Methoden-Literatur

Atteslander, P. (2000), Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin/New York: de Gruyter.

Bortz, J. & Döring, N. (1995), Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler: Berlin: Springer.

Brosius, H.B., Koschel, F. (2003). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Diekmann, A. (1995), Empirische Sozialforschung. Reinbek: Rowohlt.

Friedrichs, J. (1982), Methoden der empirischen Sozialforschung, Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schnell, R., Hill, P. & Esser, E. (1992), Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg.



Einführung in die standardisierte Befragung

Groves, R. (1987). Research on survey data quality. Public Opinion Quarterly 52 (4). 156-172.

Kaase, M. (1999). Qualitätskriterien der Umfrageforschung. Berlin: Akademie-Verlag.

Wüst, A.M. (1998). Die Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften als Telefonumfrage. ZUMA-Arbeitsbericht 98(04).

Price, V. & Neijens, P. (1997). Opinion quality in public opinion research. International Journal of Public Opinion Research 9, 336-360.

Noelle-Neumann, E., Petersen, T. (2000). Alle nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie. Berlin.: Springer.

Koren, G., Manfreda, K.L. & Vehovar, V. (2008). Internet Surveys. In: Donsbach, W. & Traugott, M.W. (eds.), The Sage Handbook of Public Opinion Research. (S. 271-281) Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Koch, W. (1998). Wenn "mehr" nicht gleichbedeutend mit "besser" ist: Ausschöpfungsquoten und Stichprobenverzerrungen in allgemeinen Bevölkerungsumfragen. ZUMA-Nachrichten, 22(42).

Porst, R., Ranft, S. & Ruoff, B. (1998). Strategien und Maßnahmen zur Erhöhung der Ausschöpfungsquoten bei sozialwissenschaftlichen Umfragen. Ein Literaturbericht. ZUMA-Arbeitsbericht 98(07).

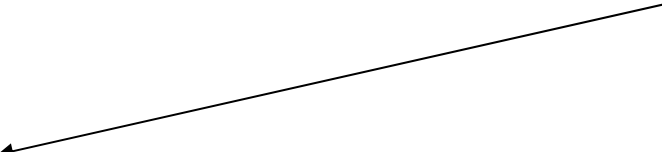




**TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN**

Demoskopie als gesellschaftliches und politisches Thema

Vier Generalvorwürfe gegen Demoskopie



Sie misst nicht
die wirkliche
öffentliche
Meinung
**(Qualitäts-
Vorwurf)**

Elite-Konzept als Korrelat zur Herrschaft: HENNIS

- Wilhelm Hennis: Unterscheidung: "teils dümmere, dahergeredete, mithin weniger beachtenswerte Meinungen" und "teils klügere, durchdachtere, mithin öffentlich Respekt fordernde Meinungen"
- ÖM = die Letztgenannte
- vertreten von Staatsbürgern mit Urteilsfähigkeit und Verantwortung für ihre Meinung.
- Bestimmt durch:
 1. "Öffentlichkeit" I. S. der Zurückführbarkeit auf eine bestimmte Quelle. Sich durch eigene Meinung auszeichnen. "Das Gerede ist keine öM,"
 2. repräsentativen, der Wahrheit verpflichteten Charakter. Reine Interessenforderungen keine öffentliche Meinung
 3. erschöpft sich im Bejahen oder Missbilligen politischer Akte. Kann nichts erzwingen. Das geht nur in dafür vorgesehenen Institutionen



Vier Generalvorwürfe gegen Demoskopie

Sie misst nicht
die wirkliche
öffentliche
Meinung
**(Qualitäts-
Vorwurf)**

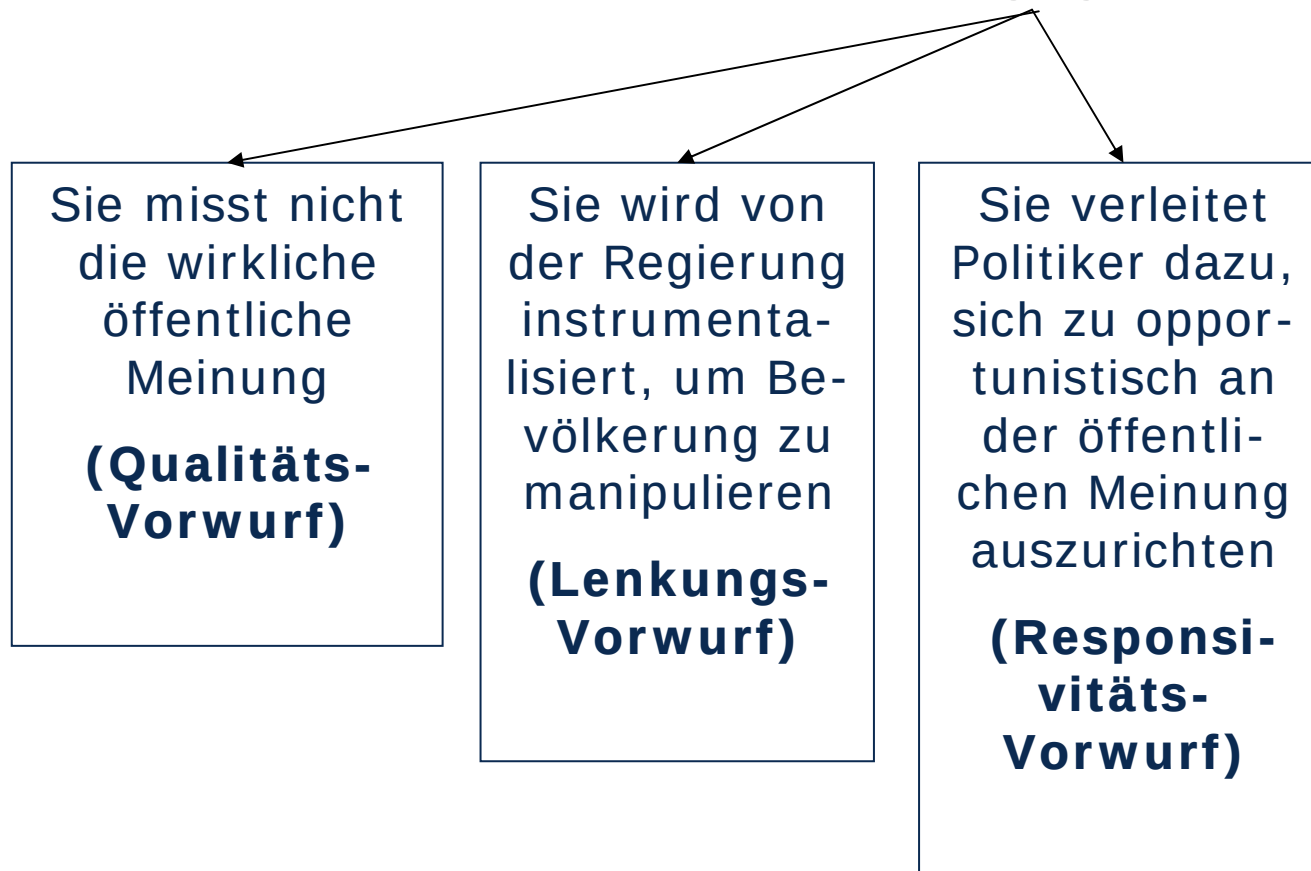
Sie wird von
der Regierung
instrumentalis
iert, um
Bevölkerung
zu
manipulieren
**(Lenkungs-
Vorwurf)**

Strukturwandel

- Angeblich **unrühmliche Rolle der Meinungsforschung**
- „Entstellung des rationalen Diskurses“
- Dient nur noch dazu, „Widerstände/Reibungen in der ÖM zu erkennen und wegzumanipulieren“
- "Er (der moderne Sozialstaat) qualifiziert nämlich öffentliche Meinung als einen möglichen Reibungswiderstand der Regierungs- und Verwaltungspraxis, der nach Maßgabe von Ergebnissen und Empfehlungen der Meinungsforschung diagnostiziert und mit angemessenen Mitteln manipuliert werden kann..." (264)
- Ähnlich Schelsky (1965): "Umfrageforschung (soll) Verhalten der Bevölkerung mit politischen Zielen in Übereinstimmung bringen,"
- Hennis (1957): ‚unverbindliche Meinungen, keine inhaltliche Qualität, fehlt Element der Allgemeinheit‘



Vier Generalvorwürfe gegen Demoskopie



Pitkin: Charakteristiken des Modells der repräsentativen Demokratie

1. Responsivitäts-Komponente:

- Regierung handelt im Interesse der Repräsentierten in einer Art und Weise, dass sie sich responsiv ihnen gegenüber verhält
- Umsetzen der Ansprüche der Bürger
- Regelmäßig stattfindende Wahlen zwingen Politiker sich responsiv zu verhalten, um wieder gewählt zu werden

2. Führungskomponente:

- Wähler u. Gewählte können unabhängig voneinander handeln, d.h. Abgeordnete können sich bspw. gegen den Willen ihrer Willen verhalten, wenn sie meinen, dass dies für sie besser ist



Konflikt zwischen Responsivitäts- und Führungskomponente

- Fehlende Responsivität auf bestimmte Ansprüche der Bürger durch etablierte Parteien hat Gründung neuer Parteien zur Folge → Bsp.: Entstehung der Grünen in den 80er Jahren
- Signalfunktion für Responsivitätsdefizit etablierter Parteien (Bsp.: Schill-Partei Hamburg)
- Parteienkonkurrenz = Zwang zu responsivem Verhalten

Argumente PRO starke Responsivität

- Dicey: "The opinion of the governed is the real foundation of all government...And the assertion that public opinion governs legislation in a particular country, means that laws are there maintained or repealed in accordance with the opinion or wishes of its inhabitants" (1963,3)*
- Seit 50ern: Begriff „Responsivität“ (Pennock 1952)
- Politisches System soll "responsiv" sein
- definiert als "reflecting and giving expression to the will of the people"
- Von anderen aufgegriffen, z. B. Dahl 1971: "I assume that a key characteristic of a democracy is the continuing responsiveness of the government to the preferences of its citizens, considered as political equals"
- Noch weitergehend Lijphart (1984) "Democracy may be defined not only as government by the people but also, in President Lincoln`s famous formulation, as government for the people - that is government in accordance with the people`s preferences. An ideal democratic government would be one whose actions were always in perfect correspondence with the preferences of all its citizens,,
- Ginsberg (1986,5): "Responsiveness is the chief standard against which governmental conduct should be judged"



Argumente GEGEN starke Responsivität

3 Argumentations-Dimensionen:

1. **Qualität der öffentlichen Meinung:** Auf was soll Regierung, Politik responsiv sein? Wer ist Träger der öffentlichen Meinung? (Elite oder labile „Volksmeinung“, Informationsbasis der Bevölkerung)

2. **Moralität der Politik:** Politische Entscheidungen nur aus Blickwinkel des Machterhaltens? Marketing-Konzept der Politik

"The mark of skill in the political trade is the ability to make the public version of a situation convincing, no matter how far removed from actuality it may be" (Bennett 1988, 70).

3. **Rolle der Demoskopie:** Verfügbarkeit Meinungsforschung → für Politiker immer leichter, sich an öffentliche Meinung anzupassen.

"Sie (die pol Umfrageforschung) verstärkt durch ihre Aktivität die strukturelle Unsicherheit unserer Demokratie, deren durch die Verfassung vorgeschriebener Repräsentativ-Charakter ständig durch den Rekurs auf weit verbreitete vulgär-demokratische plebiszitäre Vorstellungen ins Schwanken gerät" (44)



Systematische empirische Evidenz: Page & Shapiro 1983

- Umfragen 1935 – 1979
- 609 Fragen, die mehrfach gestellt
- Change = mindestens 6 Punkte und einigermaßen gleiche Verteilung
- → 357 Situationen solchen Wandels in polit. Präferenzen der Amerikaner
- Für jede Situation: Sampling der politischen Entscheidungen 2 Jahre vorher bis 4 Jahre danach auf lokaler, staats- und Bundes-Ebene

Ergebnisse:

- 43% der Fälle: gab es mit Richtung des Meinungswandels kongruente Veränderung der Politik, 22% eine inkongruente, 33% keine Veränderung
- "Congruent changes in policy were clearly much more frequent than non-congruent changes" (177)
- Bei 33% wo keine Veränderung: davon keine Veränderung der Politik in Richtung der ÖM möglich, weil schon vorher in Übereinstimmung (Ceiling or Floor-Effects)



Systematische empirische Evidenz: Page & Shapiro 1983

- Kausalität eindeutig: "Opinion clearly moved first"
- Kongruenz besonders groß, wenn
 - starker Wandel der ÖM
 - wichtiges Thema (wenig DKs),
 - social issues als bei ökonomischen Themen
- in jüngerer Zeit mehr Kongruenz als bei Eisenhower und Kennedy
- Änderungen kongruenter mit liberalen als mit republik. Positionen (83% vs. 53%) (Zeitgeist!! Medien?)
- "democratic responsiveness pervades American politics" (189)



Systematische empirische Evidenz: Brettschneider 1995

- Fälle von Meinungswandel: Quelle IfD-Archiv
- alle, bei denen mehrfach befragt
- alle, die im Kompetenzbereich des Bundestags lagen → 331
- alle, die mind. 6 Punkte Differenz $t1 \rightarrow t2$
- → 72 Fragen (94 Fälle von Meinungswandel, einige mehrfach)
- Parlamentarische Handlungen: Sach- und Sprechregister des Ersten bis Elften Dt BT
- 3046 parl. Handlungen zu Themen, bei den Meinungswandel vorlag



Fälle von Meinungswandel

		N
Außen- und Ostpolitik		19
davon:	Außenpolitik	9
	Ost-/Deutschlandpolitik	10
Sicherheitspolitik		19
davon:	NATO/Neutralität	6
	Bundeswehr/Verteidigungsetat	13
Innenpolitik		19
Sozial- und Umweltpolitik		23
Wirtschafts- und Finanzpolitik		14
Gesamt		94

Responsivität mit drei Maßen ermittelt:

1. **durchschnittliche Übereinstimmung** der parlamentarischen Handlungen mit der Richtung des Meinungswandels (58,3)
2. Fälle von **Meinungswandel im** Mittelpunkt: parl. Aktivitäten
Aktivitäten werden den Fällen von Meinungswandel zugewiesen. Es wird für jeden einzelnen Fall von Meinungswandel festgehalten, wie groß der Anteil der kongruenten Handlungen an allen auf ihn bezogenen, klassifizierbaren Aktivitäten war.
3. Anteil der Fälle von Meinungswandel **mit mind. 50 % kongruenten** Handlungen



Handlungen des Bundestages

	Responsivität gegenüber der Mehrheitsmeinung		
Responsivität gegenüber dem Meinungswandel	inkongruente Handlungen	kongruente Handlungen	Gesamt
inkongruente Handlungen	19 %	23 %	42 %
kongruente Handlungen	12 %	46 %	58 %
Gesamt	31 %	69 %	

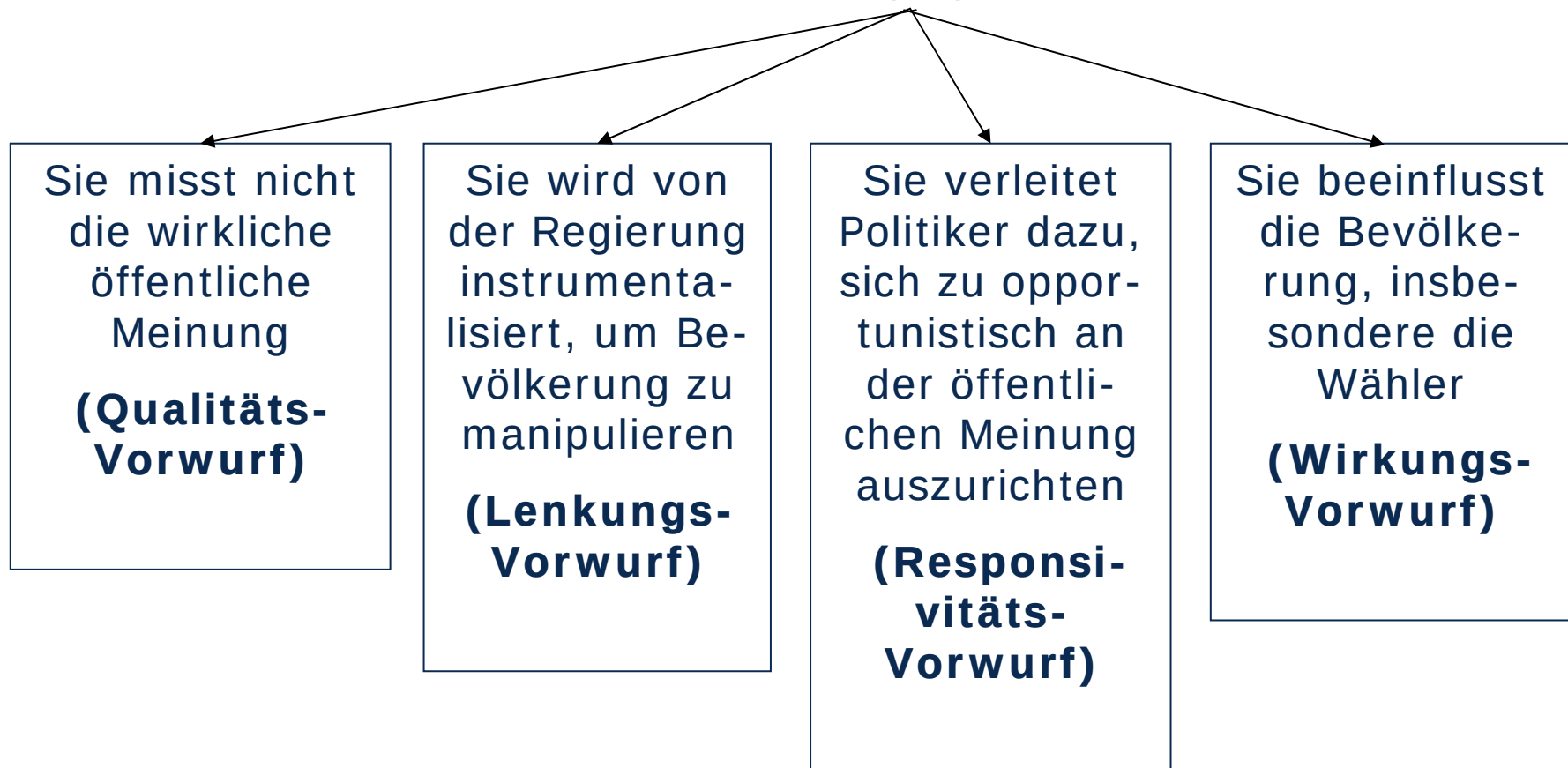
Ergebnisse

1. Substantieller Zusammenhang zwischen ÖM und pol. Handlungen: Wenn sich ÖM ändert, stimmen die parl. Handlungen in ca. 60% der Fälle damit überein.
2. Kongruenz noch größer bei statischer Betrachtung: Mit Mehrheitsmeinung zum Zeitpunkt der Entscheidung stimmen rd 70% der politischen Handlungen überein.
3. Verschiedene parlamentarische Handlungen haben unterschiedliche Kongruenz:
 - Gesetzentwürfe und Gesetze größte Übereinstimmung mit Wandel
 - Regierungserklärungen: größte mit bestehender Mehrheitsmeinung, nicht aber mit Meinungswandel
4. SPD und FDP am responsivsten weitgehend unabhängig von ihrer Ideologie. Grüne und CDU klareres Profil

Aber kein signifikanter Wandel über die Zeit



Vier Generalvorwürfe gegen Demoskopie



3 Diskurse um Wahlumfragen

Rechtlich

Welche und wessen Rechte werden tangiert bei freier Ausübung und welche bei einem Verbot?

Demokratie-
theoretisch-
politisch

Wie kann man *normativ* die Rolle von Wahlumfragen bewerten?

Sozialwissen-
schaftlich

Welche Fehlerquellen gibt es, welche Bedeutung haben sie und wie wirken sie?



Rechtlich

Demokratie-
theoretisch-
politisch

Sozialwissen-
schaftlich

Tangierte Rechte bei Verbot

- Wissenschafts-Freiheit
- Wirtschaftliche Freiheit
- Pressefreiheit/Rundfunkfreiheit
- Informations-Freiheit

- Praktikabilität von Verboten?
- „Demoskopische Zwei-Klassen-Gesellschaft“



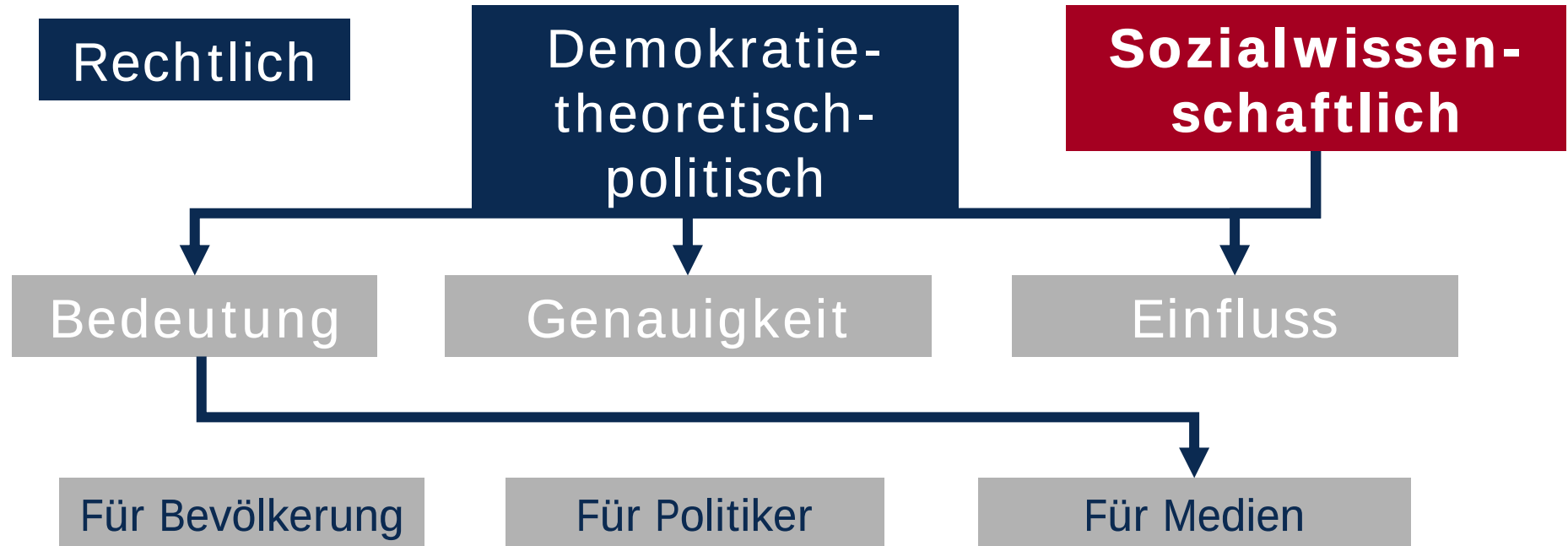
Rechtlich

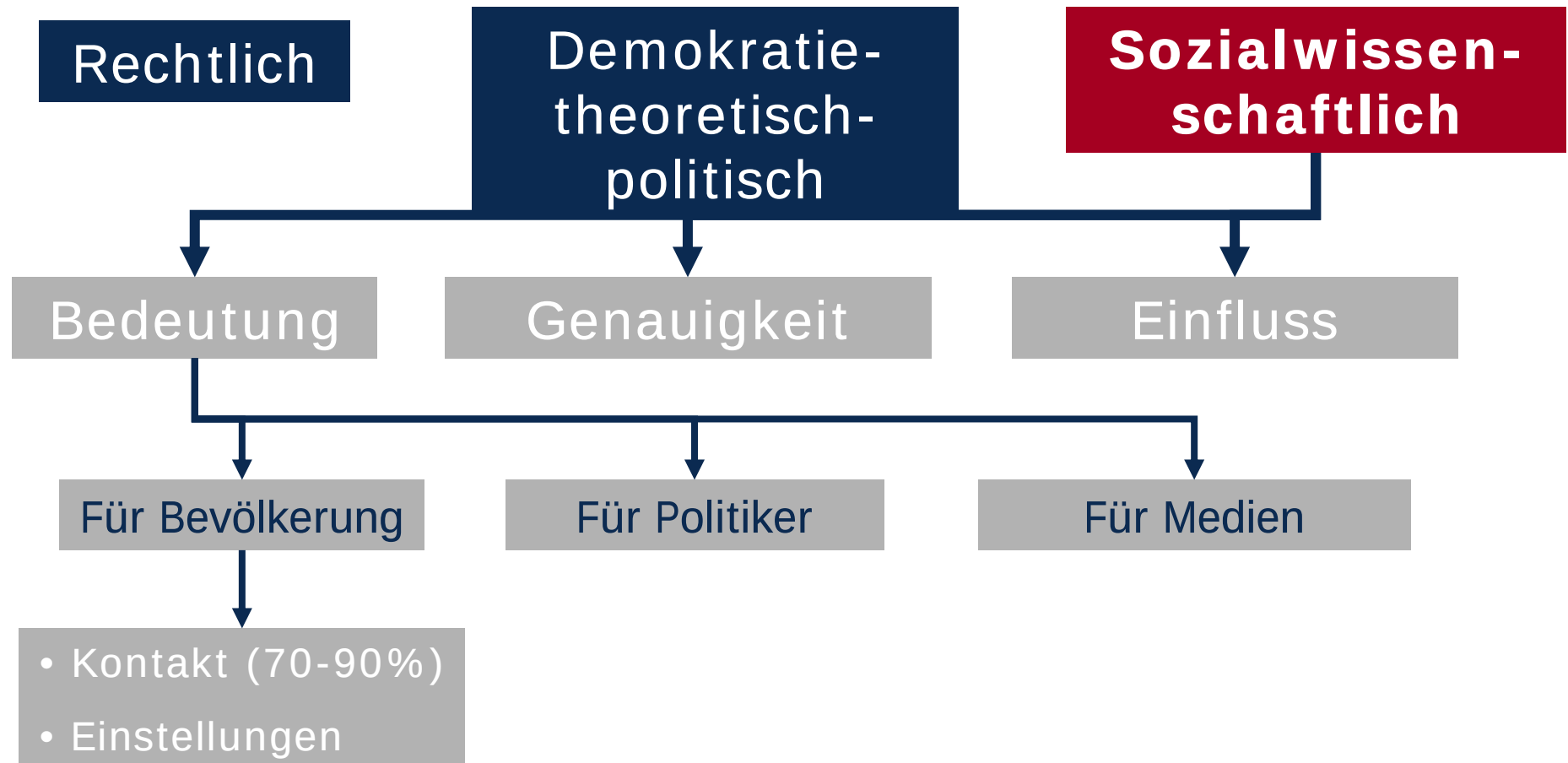
**Demokratie-
theoretisch-
politisch**

Sozialwissen-
schaftlich

- Paradigma des mündigen oder unmündigen Bürgers? (Mendelsohn & Crespi, 1970)
- Rationalität von wissenschaftlichen Prognosen versus interessengebundene Aussagen von Politikern und Journalisten
- Taktisches Wählen eher die Regel als die Ausnahme
- Parteien fordern selbst zu taktischem Wählen auf
- Taktisches Wählen funktional für politisches System
- Sache des Wählers, welche Informationen er heran zieht







Gute Meinungen – sinkende Ausschöpfung

- USA: „Umfragen gute oder schlechte Sache für Demokratie?“
87 Prozent „eine gute Sache“.
- Deutschland 1994: 75 Prozent „Ergebnisse von Meinungsumfragen sehr interessant oder interessant“ (FORSA)



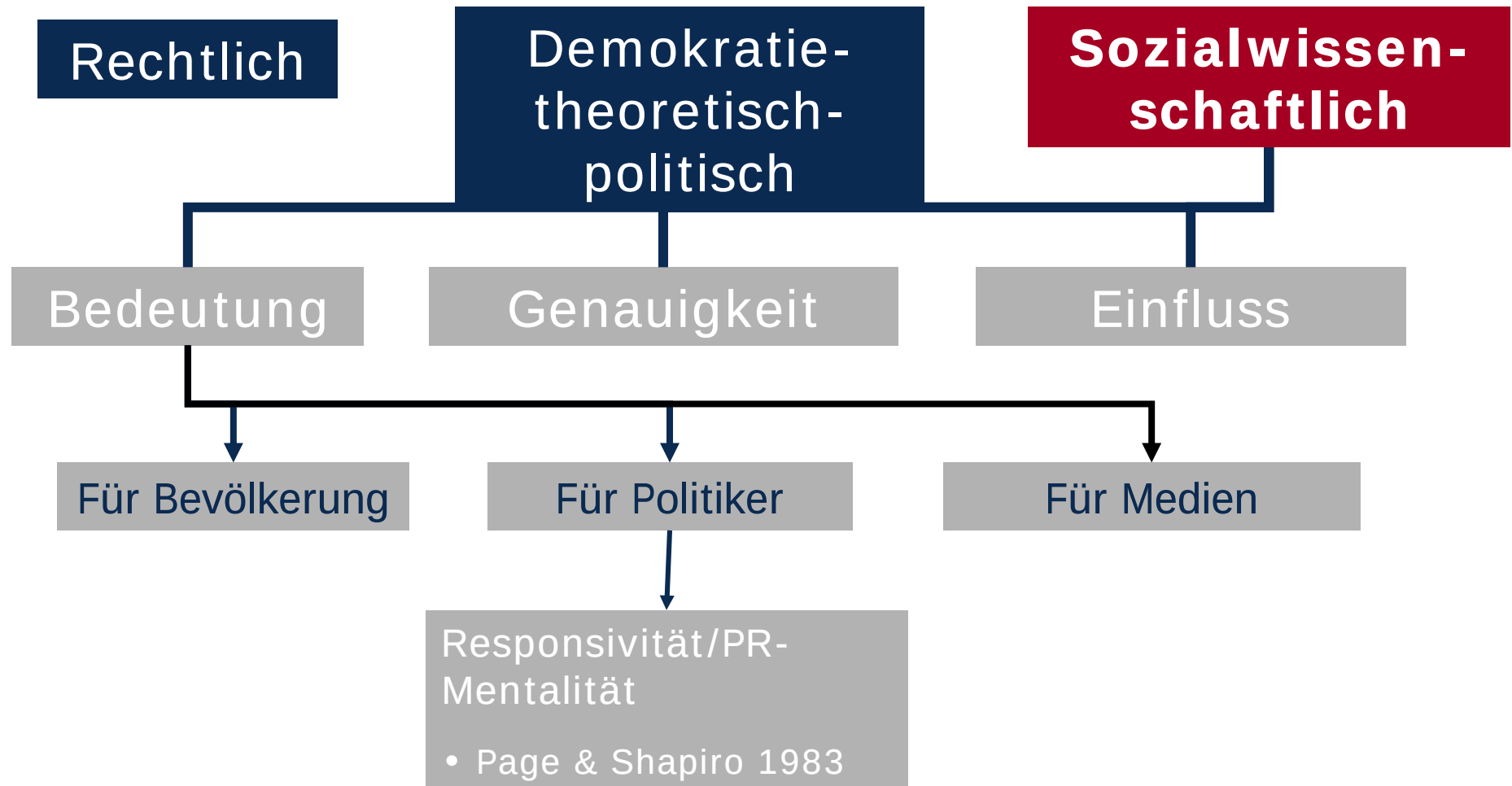
- Trotzdem sinkende Kooperationsbereitschaft:
GSS: 1980 18 Prozent Verweigerer; 1992 27 Prozent.
Gründe:
 - Umstellung von persönlichen zu Telefon-Interviews,
 - gestiegene Länge der Umfragen,
 - Vielzahl der Umfragen (USA: täglich 18 Mio Telefonate für Umfragen)
 - nachlässige Gestaltung von Fragebogen und Interviewverlauf
 - demografische Veränderungen (mehr Berufsarbeit, mehr Mobilität)



Tabelle 1: Items zur Erfassung der generalisierten Einstellung gegenüber Umfragen

Itemformulierung	Mittelwert (Std.)
1. Umfragen sind wichtig für Wissenschaft, Politik und Wirtschaft	5.44 (1.56)
2. Meinungsumfragen machen die Gesellschaft demokratischer	4.37 (1.83)
3. Die Teilnahme an Umfragen ist in meinem eigenen Interesse	4.60 (1.83)
4. Es sollte für jeden selbstverständlich sein, an einer Umfrage teilzunehmen	4.66 (1.97)
5. Umfragen bringen Abwechslung und sind interessant	4.50 (1.73)
6. Bei Umfragen kann man endlich mal seine Meinung sagen	4.89 (1.92)
7. Die Ergebnisse von Umfragen sind in den meisten Fällen richtig	4.73 (1.53)
8. Die meisten Umfragen sind seriös und werden verantwortungsvoll durchgeführt	4.70 (1.53)
9. Bei Umfragen werden normale und repräsentative Menschen befragt	4.86 (1.83)
10. Die Teilnehmer an Umfragen sagen meistens ihre wahre Meinung	5.01 (1.74)
11. Die Teilnehmer an Umfragen geben sich sehr viel Mühe, richtig zu antworten	5.30 (1.47)
12. Durch Umfragen wird man nur von wichtigeren Dingen abgehalten	4.70 (1.81)
13. Bei Umfragen wird häufig etwas gefragt, was niemanden etwas angeht	4.02 (1.87)
14. In Deutschland werden viel zu viele Umfragen durchgeführt	4.17 (1.90)
15. Es ist anstrengend in Umfragen so viele Fragen zu beantworten	3.89 (2.01)
16. Interviewer sind unangenehme und aufdringliche Leute	4.77 (1.92)
Gesamtskala	4.66 (0.79)
Fallzahl	N=139

Skalenwert 1 = negative Umfrageeinstellung; Skalenwert 7 = positive Umfrageeinstellung. Die Angaben bei den Items 1 bis 11 gehen in einer rekodierten Form in die Analyse ein.



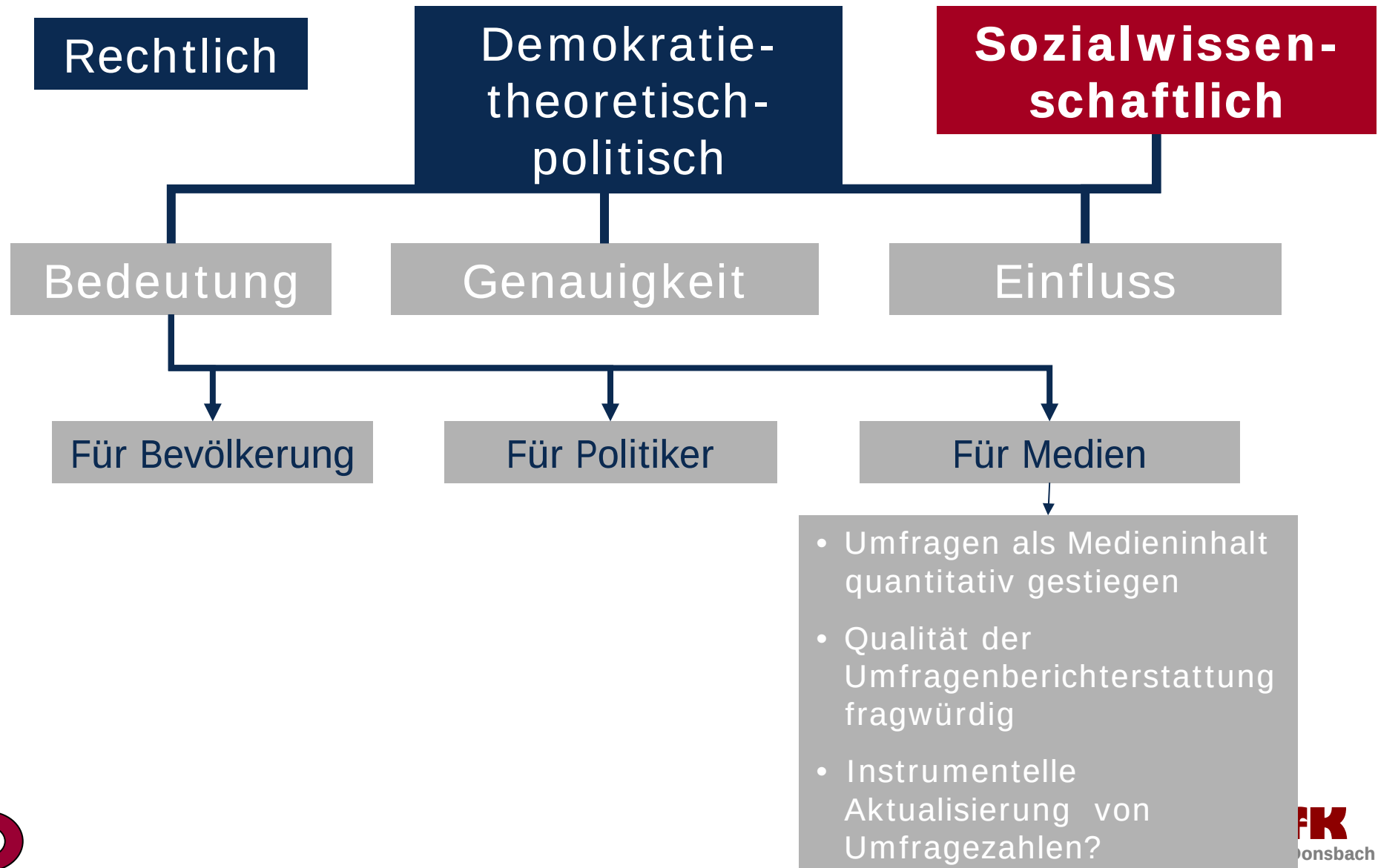


Table 1. Number of Stories that Used the Phrase "Polls Say" or "Polls Show" in Election Years (Calendar Year)

	2004	2000	1996	1992
U.S. Newspapers	8,726	8,921	6,708	3,227
Magazines	681	661	467	381
Television Transcripts (ABC, CBS, NBC, CNN, Fox, MSNBC)	1,920	2,308	809	881
CNN only through Election Day	1,001	1,250	545	526
Total	11,327	11,890	7,984	4,489

SOURCE.—Lexis-Nexis.

Kathleen A. Frankovic (2005): Reporting "The Polls" in 2004. Public Opinion Quarterly 69, 682-697



AAPOR Code of Professional Ethics and Standards

III. Standards for Minimal Disclosure

Good professional practice imposes the obligation upon all public opinion researchers to include, in any report of research results, or to make available when that report is released, certain essential information about how the research was conducted. At a minimum, the following items should be disclosed.

1. Who sponsored the survey, and who conducted it.
2. The exact wording of questions asked, including the text of any preceding instruction or explanation to the interviewer or respondents that might reasonably be expected to affect the response.
3. A definition of the population under study, and a description of the sampling frame used to identify this population.
4. A description of the sample design, giving a clear indication of the method by which the respondents were selected by the researcher, or whether the respondents were entirely self-selected.
5. Sample sizes and, where appropriate, eligibility criteria, screening procedures, and response rates computed according to AAPOR Standard Definitions. At a minimum, a summary of disposition of sample cases should be provided so that response rates could be computed.
6. A discussion of the precision of the findings, including estimates of sampling error, and a description of any weighting or estimating procedures used.
7. Which results are based on parts of the sample, rather than on the total sample, and the size of such parts.
8. Method, location, and dates of data collection.



Assessing public opinion in the old days

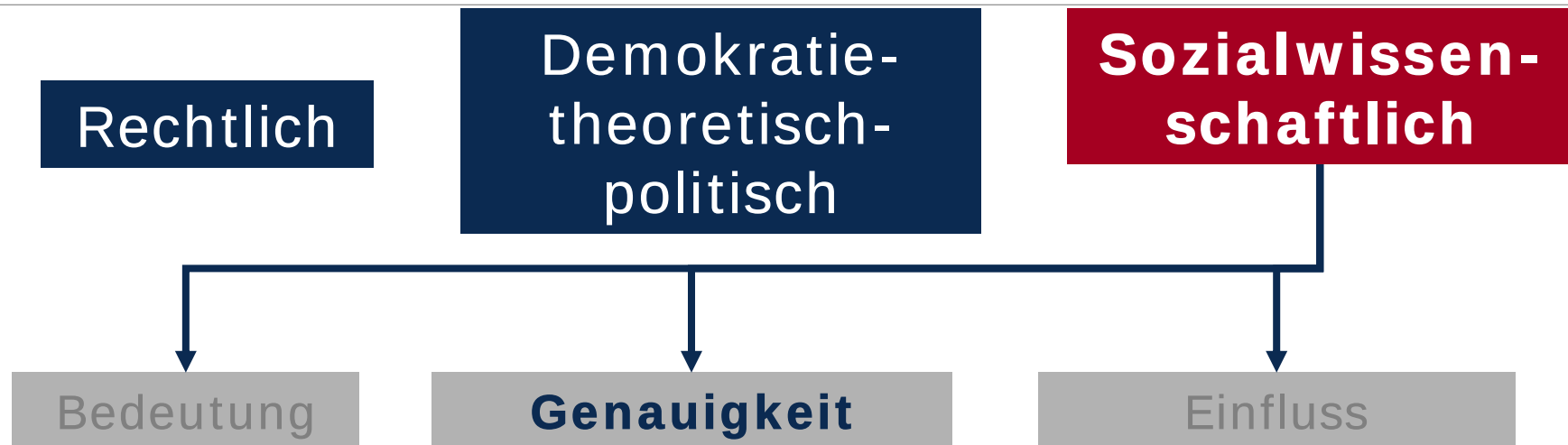
Q: „How did you get the evidence what the public thinks?“

US Journalists working
in 1930's and 1940's

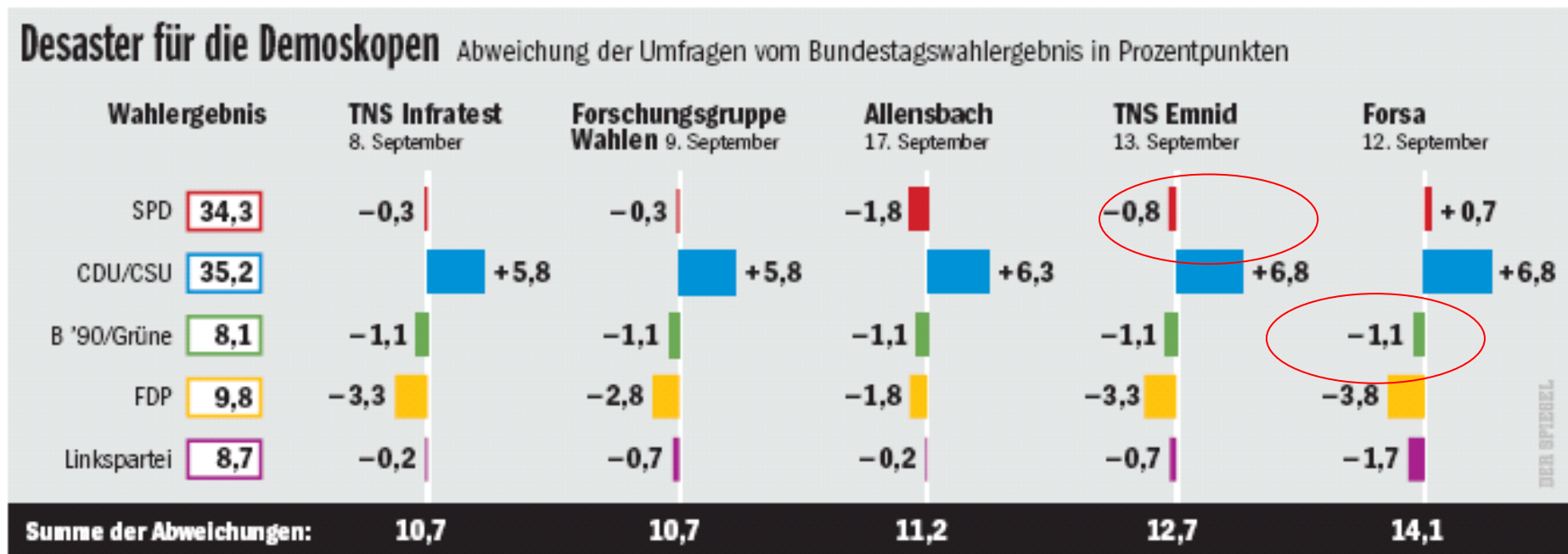
Discussions with colleagues	80%
Talks in bars and coffeeshops	70%
Tabulation of other newspapers' editorials	26%

Source: Herbst, S. (1990): Assessing Public Opinion in the 1930s-1940s:
Retrospective Views of Journalists. Public Opinion Quarterly 67, 943-949





Bundestagswahl 2005



Quelle: Spiegel-Online, 2005

Table 2. Average Errors in Presidential Polls, 1948–2004

Year	# of Polls	# of Candidates	Mosteller Method 3		Mosteller Method 5	
			Average Error (%)	Rank	Average Error (%)	Rank
2004	19	2	1.7	5	2.1	3
2000	19	3	1.7	5	3.5	8
1996	9	3	1.7	5	3.6	10
1992	6	3	2.2	10	2.7	6
1988	5	2	1.5	3	2.8	7
1984	6	2	2.4	11	4.4	11
1980	4	3	3.0	13	6.1	13
1976	3	3	1.5	3	2.0	2
1972	3	2	2.0	9	2.6	5
1968	2	3	1.3	2	2.5	4
1964	2	2	2.7	12	5.3	12
1960	1	2	1.0		1.9	1
1956	1	2	1.8	8	3.5	8
Yearly Average 1956–2004			1.9		3.3	
1948	3	3	4.9	14	12.9	14

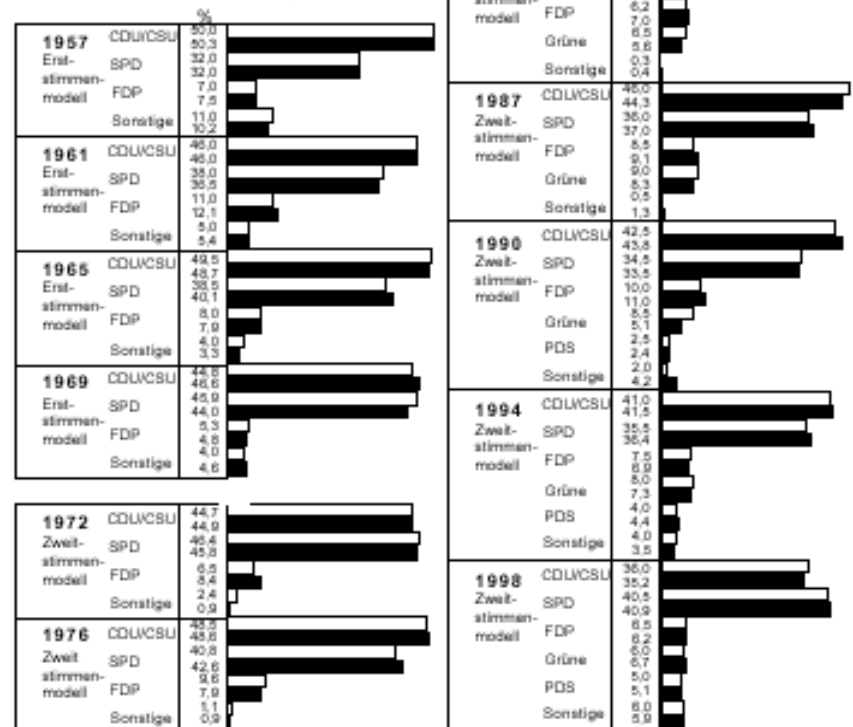
NOTE.—This table lists significant third party candidates who were often mentioned by name in the “trial heat” questions employed by public polls. They include George Wallace (1968), Eugene McCarthy (1976), John Anderson (1980), H. Ross Perot (1992 and 1996), and Ralph Nader (2000).

Michael W. Traugott
(2005): The Accuracy of
the National Preelection
Polls in the 2004
Presidential Election.
Public Opinion Quarterly
69, 642–654

Die Allensbacher Wahlprognosen 1957 - 1998

Prognose  Amtliches Ergebnis 

Bei zwölf aufeinanderfolgenden Bundestagswahlen wurden vom Institut für Demoskopie Allensbach Prognosen über den Wahlausgang erstellt und vor Bekanntgabe der ersten Auszählungen des amtlichen Wahlergebnisses veröffentlicht: 1957 und 1961 in der FAZ, 1966 und 1969 im ZDF, 1980 im ORF, 1983 im ZDF, 1987 und 1990 in SAT 1, 1994 und 1998 am Samstag vor der Wahl in der FAZ. Basis der Prognosen: Mehrthemen-Umfragen, Quotenauswahl, im Durchschnitt rund 2000 Befragte. Abschluß der Befragungen: Jeweils wenige Tage vor der Wahl. Die Prognosen bezogen sich 1957 bis 1969 auf Erststimmen, seit 1972 auf Zweitstimmen. Die Angaben zu den Bundestagswahlen 1990 bis 1998 beziehen sich auf Deutschland insgesamt.



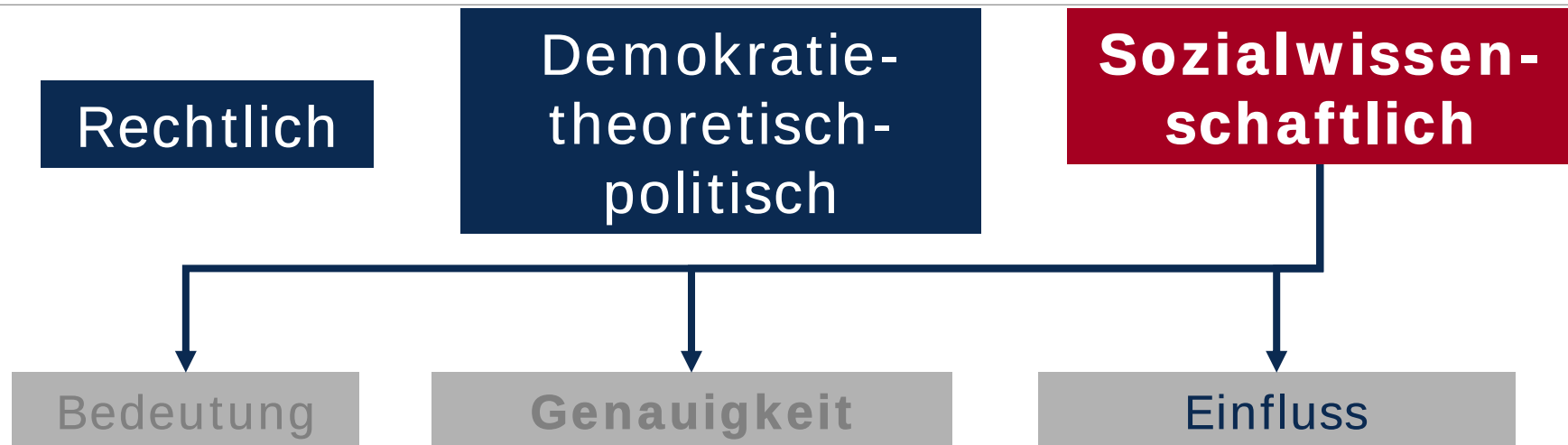
Quellen für Ergebnis-Variation bei Wahlumfragen (Zukin)

- Einfacher Stichprobenfehler
- Einige RBS statt RDD (RBS= Registration based sampling → unterschiedliche Wahl-Registrierungsverfahren in US-Bundesstaaten)
- Manchmal: keine Zufalls-Auswahl der Zielperson im Haushalt
- Unterschiedliche Zeitplanung und Zeitpunkt der Interviews: Zeit gut für Callbacks, aber Einfluss vor
- Unterschiede in Frageanordnung und –formulierung
- Unterschiedliche Gewichtungungsverfahren: Problem zum Beispiel: „likely voters“ unbekannt
- Likely voters: „Keine Königsfrage“ bekannt

Transparenz,
Offenlegung !!



Cliff Zukin (2005): Polls and the 2004 Elections. Paper presented to the ICA Conference in New York, May 26-30



Hardmeier, S. & Roth, H. (2001): Towards a Systematic Assessment of the Impact of Polls on Voters: A Meta-analytical Overview and Theoretical Framework. Paper WAPOR Annual Conference, Rome

Donsbach, W. (2001): Who's Afraid of Election Polls? Normative and Empirical Arguments for Freedom of Pre-Election Surveys. Amsterdam: The Freedom Foundation

Hardmeier, Sibylle (2008): The Effects of Published Polls on Citizens. In: W. Donsbach, M.W. Traugott (eds.): Handbook of Public Opinion Research, pp. 504-515



Wirkungs-Vermutungen

Label	Wirkung auf...	Begünstigte Gruppe
Bandwagon	Stimmabgabe	Stärkere Partei
Underdog	Stimmabgabe	Schwächere Partei
Defätismus	Wahlbeteiligung: Anhänger schwächerer Partei wählen nicht mehr	Stärkere Partei
Lethargie	Wahlbeteiligung: Anhänger stärkerer Partei wählen nicht mehr	Schwächere Partei
Mobilisierung	Wahlbeteiligung: Anhänger einer oder beider Parteien beteiligen sich stärker	Stärkere, schwächere oder beide Parteien
Fallbeil	Stimmabgabe: Anhänger kleiner Parteien wählen für Zweitpräferenz	größere Parteien
Ermöglichungs-Taktik	Stimmabgabe: Anhänger irgendwelcher Parteien wählen für Zweitpräferenz, um Koalitionen zu ermöglichen	Die anderen Parteien
Verhinderungs-Taktik	Stimmabgabe: Anhänger irgendwelcher Parteien wählen für Zweitpräferenz, um Mehrheit zu verhindern	Die anderen Parteien

Methoden

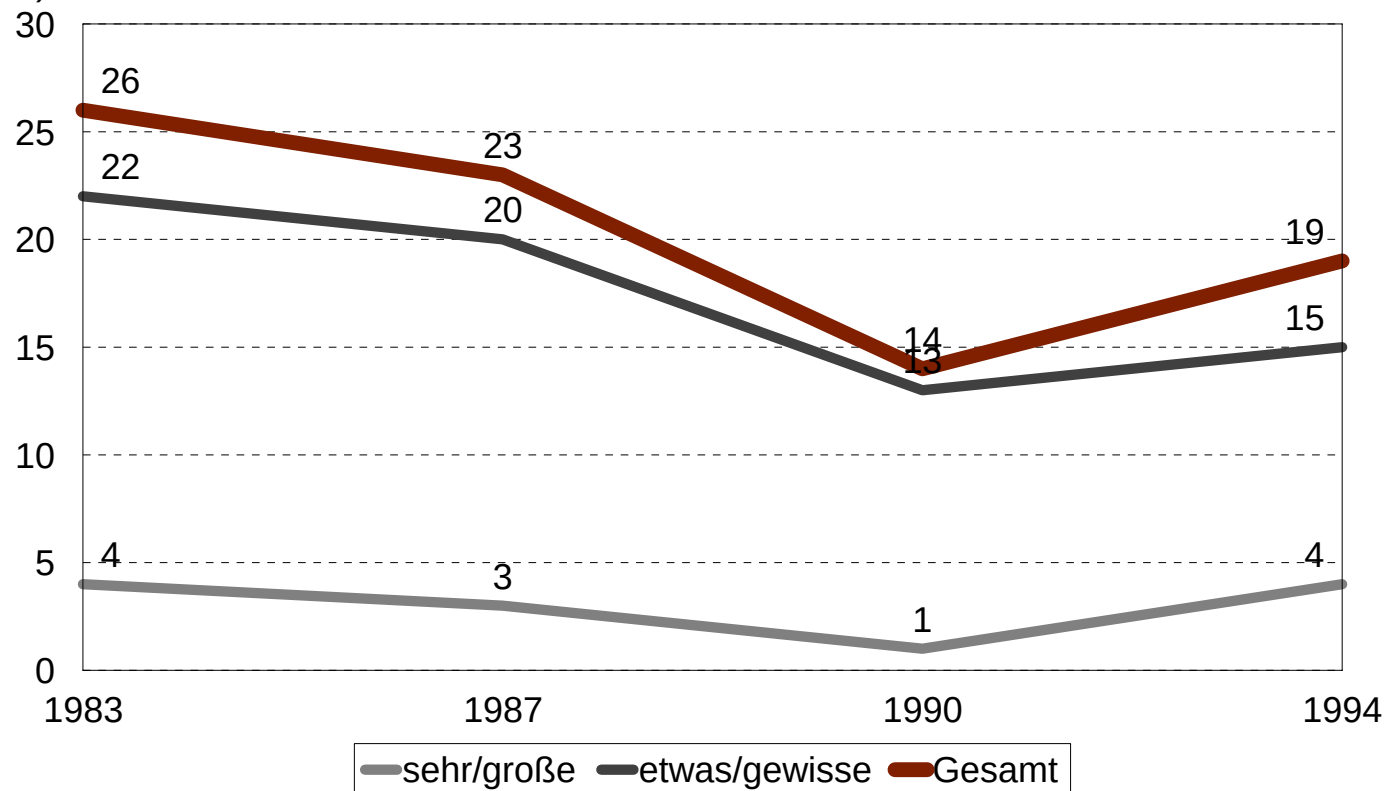
- **Plausibilitäts-Argumentationen:** Schlüsse aus der Kombination bestimmter Wahlprognosen und Wahlergebnis
- **Selbstauskünfte** von Befragten über Einflüsse auf ihre Wahlentscheidung.
- **Ex-post-facto-Analysen:** Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung von bestimmten Umfragedaten und der Wahlerwartung bzw. dem eigenen Wahlverhalten.
- **Natürliche Experimente:** Äußere Umstände einer Wahl, wie zum Beispiel die Zeitverschiebung in einem Land oder eine notwendige Nachwahl, erlauben eine Unterscheidung zwischen dem Wahlverhalten ohne und mit Kenntnis des späteren Wahlausgangs.
- **Feld- oder Laborexperimente:** Hier werden durch den Forscher Experimental- und Kontrollgruppe gebildet, die sich nur durch die Kenntnis von Umfragedaten oder Wahlprognosen unterscheiden.



Selbstauskünfte über Einfluss von Wahlumfragen

(1) "Haben Meinungsumfragen bei Ihrer Entscheidung, welche Partei Sie gewählt haben, eine große, eine gewisse Rolle oder keine gespielt?" (1983, 1987, 1994)

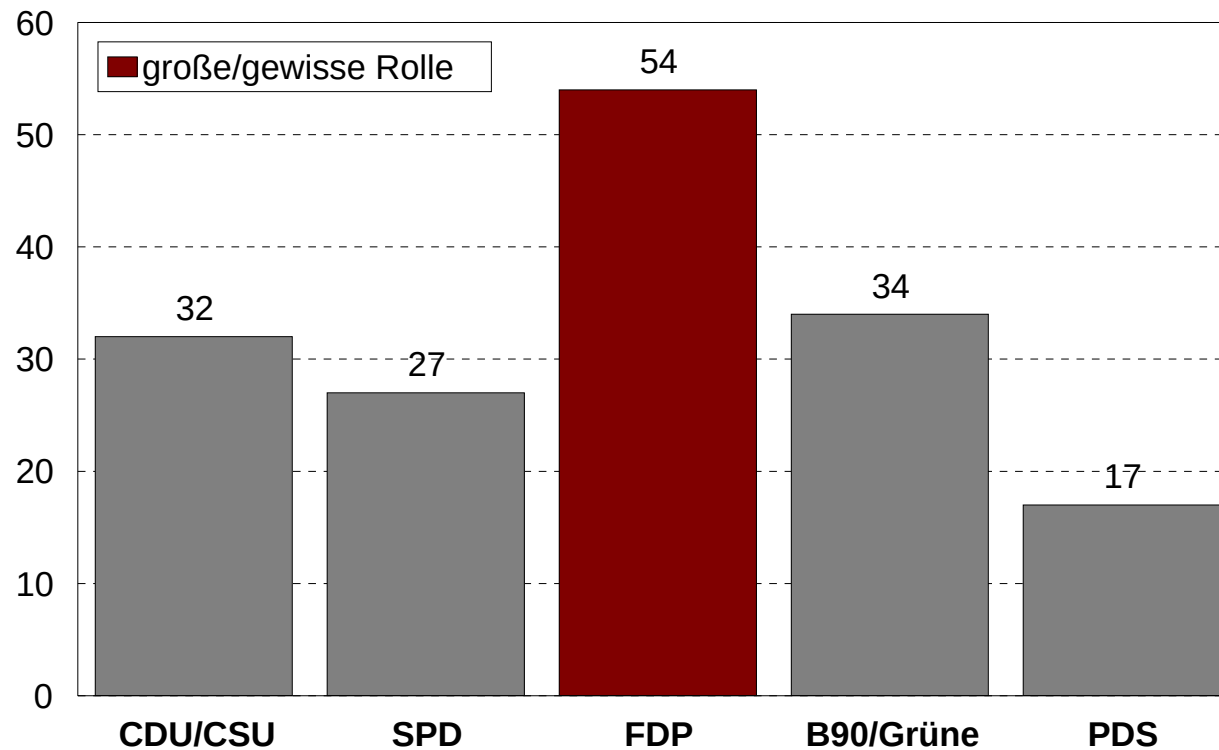
(2) "Haben Meinungsumfragen Ihre Wahlentscheidung sehr, etwas oder nicht beeinflusst?" (1990)



Subjektiver Einfluss nach Parteipräferenz

"Haben Meinungsumfragen bei Ihrer Entscheidung, welche Partei Sie gewählt haben, eine große, eine gewisse Rolle oder keine gespielt?"

Basis: Wahlumfragen wahrgenommen, Zweitstimmen-Präferenz für die jeweilige Partei

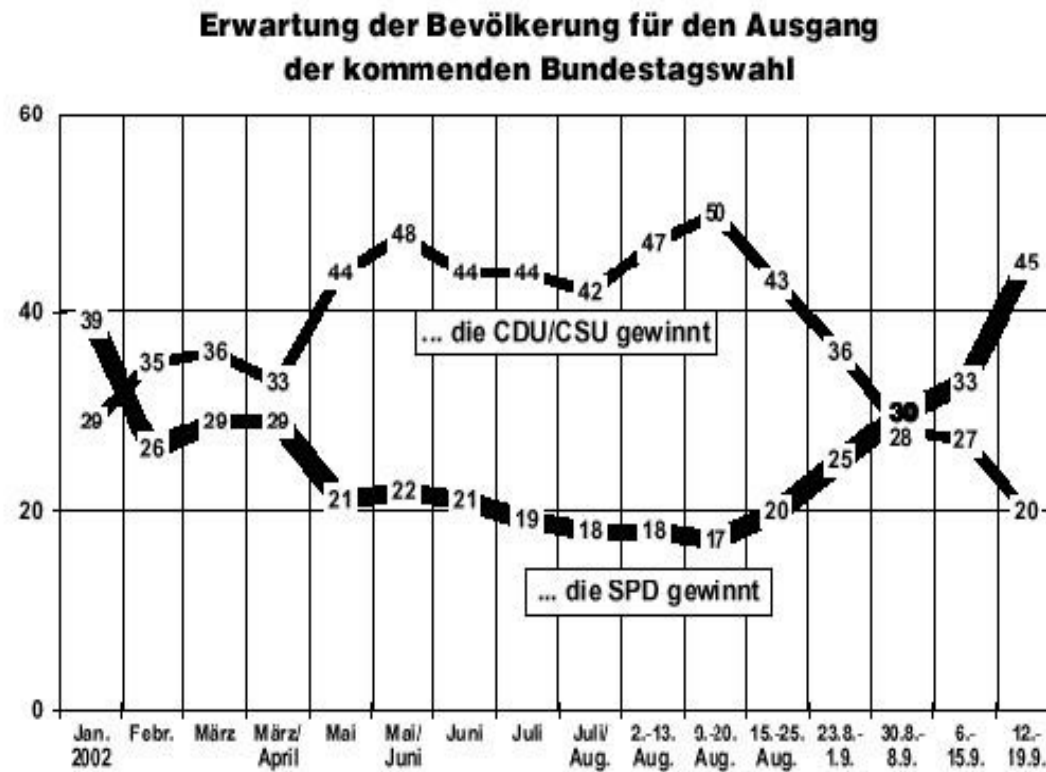


Zusammenfassung

- Resultate widersprüchlich, abhängig von Methode und politischen Konstellationen
- Generell: je natürlicher Untersuchungs-Setting desto geringer Einfluss
- Labor-Experimente und Selbstauskünfte größte, natürliche Experimente kleinster Einfluss
- Wenn Einfluss: band-wagon
- In bestimmten Wahlsystemen (5%-Hürde) Wähler kleinerer Parteien anfällig für taktisches Wählen



Wann entscheiden sich Wähler?

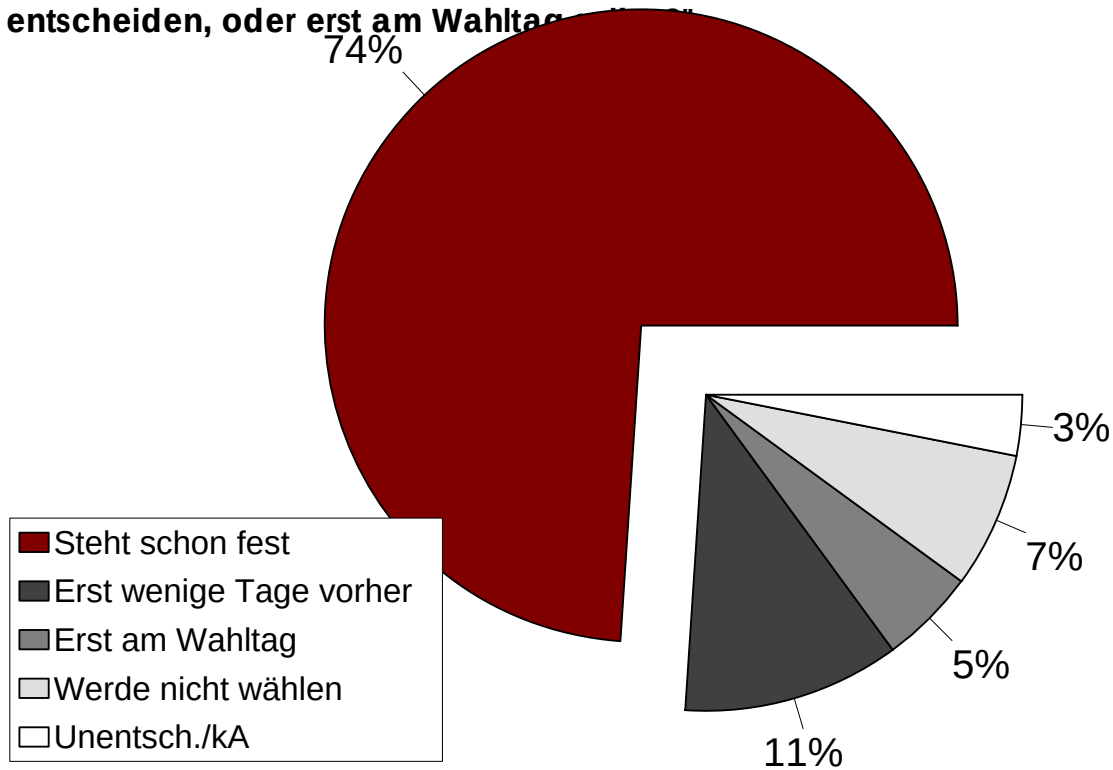


Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre

Quelle: Allensbacher Archiv, IFD-Umfragen

Wann entscheiden sich Wähler?

Frage: "Es ist ja sehr unterschiedlich, wann man sich endgültig entscheidet, welche Partei man wählt. Wie ist das bei Ihnen: Steht für Sie schon fest, welche Partei Sie wählen werden, oder werden Sie sich voraussichtlich erst wenige Tage vor der Wahl entscheiden, oder erst am Wahltag?"



Quelle: IfD Allensbach, HB 7030/II, September 2002

Gründe für geringen Einfluss

- Meist mehrere und oft nicht übereinstimmende Ergebnisse von Wahlumfragen
- Selektive Wahrnehmung von Umfrageergebnissen
- Viele „Voraussagen“ aus anderen Quellen: Journalisten, Politiker
- Fallbeispiele (man-in-the-street Interviews) einflussreicher
- Politiker und Sozialwissenschaftler überschätzen Einfluss („deformation professionelle“)



- **Dennoch:** bestimmte Konstellationen: Einfluss möglich
- Für unentschlossene Wähler: “Interpretationshilfe” → Bandwagon-Effekt
- Aber: Medien voll von meist getarnten/subtilen Interpretationshilfen Andere Inhalte einflussreicher
- Selbst wenn Einfluss nachgewiesen: wäre demokratiethoretisch und erst recht juristisch unbedenklich