

Exakte Wahlprognosen durch Infratest dimap

Interview mit Reinhard Schlinkert

Bei jeder Wahl wird im Ersten Fernsehprogramm der ARD um Punkt 18.00 Uhr die Prognose für das Wahlergebnis veröffentlicht.



Reinhard Schlinkert bei der ARD-Wahlberichterstattung

In der Regel weicht diese Prognose nur geringfügig vom Endergebnis ab. Für viele Zuschauer grenzt das an ein Wunder. Wie ist es also möglich, eine so exakte Prognose zu erstellen, bevor auch nur ein Stimmbezirk ausgezählt ist?

Schlinkert: Die 18-Uhr-Prognose beruht auf einer Befragung von Wählern, die ihre Stimme abgegeben und das Wahllokal verlassen haben. Wir nennen das die Wahltagsbefragung. Für die Durchführung der Wahlberichterstattung und die laufende Befragung der Wahlbürger haben die Meinungsforschungsinstitute dimap und Infratest eine eigene Gesellschaft Infratest-dimap gegründet. In repräsentativ ausgewählten Stimmbezirken stehen über den ganzen Tag Mitarbeiter

unseres Instituts und bitten die Wähler, gewissermaßen ein zweites Mal ihre Stimme abzugeben. Dazu wird ein kurzer Fragebogen überreicht, der nach dem Ausfüllen völlig anonym in eine Urne geworfen wird. Die Angaben aus den Fragebögen werden kontinuierlich per Telefon an das Institut übermittelt und bilden die Datenbasis für die Prognose. Die Prognose beruht also auf einer Befragung vom Wahltag und von Wählern, die tatsächlich ihre Stimme abgegeben haben.

Was heißt in diesem Fall „repräsentativ ausgewählte Stimmbezirke“?

Schlinkert: Aus den vielen tausend Stimmbezirken werden bei Landtagswahlen ca. 250, bei Bundestagswahlen etwa 400 Stimmbezirke so ausgewählt, daß sie unter statistischen Gesichtspunkten ein verkleinertes Abbild des jeweiligen Bundeslandes bzw. der gesamten Bundesrepublik darstellen. Wir erfassen also eine repräsentative Stichprobe. In ihr müssen alle wichtigen Merkmale wie Region, Ortsgröße, aber auch Altersverteilung, Haushaltsgrößen, Berufsgruppen, Bildungsstruktur in den gleichen Anteilen vorhanden sein wie in der Gesamtbevölkerung. Berücksichtigt werden auch die Stimmenanteile der Parteien bei der vorhergehenden Wahl.

Werden die Befragten bei der Wahltagsbefragung nur nach ihrem Abstimmungsverhalten befragt oder erheben Sie dabei noch andere Daten, und wie viele Personen werden befragt?

Schlinkert: Die Wähler werden gebeten, neben ihrer aktuellen Wahlentscheidung die Stimmabgabe bei der vorangehenden Wahl anzuge-

ben. Erfasst werden außerdem statistische Angaben, wie Alter, Geschlecht, Berufstätigkeit und Ausbildung und die Motive für die Wahlentscheidung. Die statistischen Angaben dienen dabei zwei Aufgaben. Sie werden für die Kontrolle der Stichprobenqualität benötigt und sie bilden die Grundlage für weitere Analysen, etwa der Frage, welche Unterschiede im Abstimmungsverhalten bei einzelnen Alters- oder Berufsgruppen auftreten. Zum zweiten Teil Ihrer Frage: Bei Landtagswahlen werden ca. 6.000 Wähler befragt, bei Bundestagswahlen sind es ca. 10.000 Befragte.

Nach der Prognose um 18.00 Uhr veröffentlichen Sie nur wenig später eine erste Hochrechnung. Wie werden Hochrechnungen erstellt?

Schlinkert: In den ausgewählten Stimmbezirken, in denen die Wahltagsbefragung durchgeführt wird, sind Mitarbeiter auch bei der öffentlichen Stimmenauszählung anwesend. Sobald das Ergebnis bekannt ist, wird es telefonisch an das Institut durchgegeben. Wenn eine Mindestanzahl an Stimmbezirksergebnissen vorliegt, das ist in der Regel kurz vor 18.30 Uhr der Fall, wird die erste Hochrechnung erstellt. Mit dem Einlaufen weiterer Ergebnisse werden die Hochrechnungen ständig aktualisiert. Gegen 20.00 Uhr liegen meist die Ergebnisse aus allen ausgewählten Stimmbezirken vor. Die Hochrechnung, die auf dieser Basis berechnet wird, unterscheidet sich dann vom amtlichen Endergebnis nur um Zahlen hinter dem Komma. Es gibt aber auch Grenzen der Exaktheit. So kann z. B. der Fall eintreten, daß wenige hundert Stimmen darüber entscheiden, ob eine Partei die Fünf-

Prozent-Hürde überwindet oder nicht. Unter solch extremen Umständen kann auch ein statistisches Verfahren wie die Hochrechnung nicht das letzte Quentchen an Genauigkeit liefern.

Ein weiterer Teil der Wahlberichterstattung setzt viele Zuschauer immer wieder in Erstaunen, die Wanderungsbilanz. Wie können Sie herausfinden, daß die Partei A von der Partei B z. B. 100.000 Stimmen gewonnen hat, aber gleichzeitig 50.000 Stimmen an die Partei C verloren hat?

Schlinkert: Das Prinzip, das der Berechnung der Wählerwanderung zu Grunde liegt, ist eigentlich recht einfach. Die Ergebnisse der aktuellen und der vorangegangenen Wahl in absoluten Stimmenzahlen sind ja bekannt. Aus der Wahltagsbefragung wissen wir auf der anderen Seite, welcher Prozentsatz der Wähler von Partei A auch bei der letzten Wahl die gleiche Partei gewählt hat, wie viele damals die Partei B gewählt haben. Diese beiden Informationen werden nun mit Hilfe eines komplexen mathematisch-statistischen Modells miteinander verrechnet, so daß am Ende die Wählerströme in absoluten Zahlen angegeben werden können. Da es sich um ein statistisches Verfahren handelt, beinhalten die Ergebnisse natürlich einen gewissen, jedoch geringen Fehlerpielraum.

Was macht dimap außer der Wahlberichterstattung sonst noch?

Schlinkert: Wir führen regelmäßig ein ganzes Spektrum politischer Meinungsumfragen durch. Das sind einmal kontinuierliche Erhebungen zur Entwicklung der politischen Stimmung im Land, die auch regelmäßig veröffentlicht werden, z. B. wöchentlich durch den Mitteldeutschen Rundfunk. An jedem ersten Freitag im Monat werden im Ersten Programm im Rahmen des Berichts aus Berlin die Ergebnisse des Deutsch-

land-Trends veröffentlicht. Diese Bestandsaufnahme zur politischen Stimmung in Deutschland und zu aktuell interessierenden Fragen ist am nächsten Tag auch in 11 Tageszeitungen, die alle Bundesländer abdecken, nachzulesen. Davon unabhängig werden ähnliche Meinungsumfragen auch in fast allen Bundesländern erhoben. Die Ergebnisse werden von den ARD-Rundfunkanstalten und regionalen Tageszeitungen veröffentlicht.



Bei Landtagswahlen werden ca. 6.000 Wähler befragt, bei Bundestagswahlen sind es ca. 10.000 Befragte.

Genauso führen wir Umfragen zu aktuellen Themen und politischen

Fragen für Parteien, Verbände, Kommunen und Zeitungen durch. Darüber hinaus gibt es auch sogenannte ad-hoc-Studien, das sind einzelne Erhebungen zu bestimmten Themen, die nicht nur bundesweit, sondern auch in einzelnen Bundesländern oder Kommunen durchgeführt werden.

Spielen diese Umfragen zwischen den Wahlen auch für die Wahlberichterstattung eine Rolle?

Schlinkert: Aus den laufenden Umfragen lassen sich Trends und Entwicklungen der politischen Stimmung erkennen. Das betrifft nicht nur die bekannte „Sonntagsfrage“, sondern auch das Ansehen der Parteien und ihrer führenden Politiker sowie die Meinungen der Bürger zu einzelnen Sachfragen. Solche Erkenntnisse liefern einen wichtigen Beitrag zur Interpretation und Erklärung von Wahlergebnissen. Diese Umfragen vor den Wahlen sind aber, um einem weit verbreiteten Irrtum entgegenzutreten, keine Prognosen auf den tatsächlichen Wahlausgang, sondern eine Momentaufnahme der aktuellen politischen Kräfteverhältnisse.

Diese können sich, wie die Erfahrung lehrt, bis zum Wahltag noch deutlich, und das manchmal auch sehr kurzfristig, verändern.

Kann man bei dimap auch Untersuchungen in Auftrag geben, die nichts mit Politik zu haben?

Schlinkert: Natürlich, das sagt ja schon der Name unseres Instituts; dimap ist die Abkürzung für „das Institut für Markt- und Politikforschung“. Dabei kann es um Marktforschung im klassischen Sinne gehen, aber auch um Image-Untersuchungen von öffentlichen In-

stitutionen und Unternehmen. Bei solchen Untersuchungen wird nicht nur die Bevölkerung insgesamt befragt. Wir befragen auch bestimmte Zielgruppen, etwa die Angehörigen einzelner Berufsgruppen. Einige Beispiele aus der letzten Zeit können das Leistungsspektrum unseres Instituts veranschaulichen. Im Auftrag des Bundesverbandes der Deutschen Arbeitgeberverbände haben wir Vorstandsmitglieder und Geschäfts-

Titel „IT-Lösungen für das Verwaltungscontrolling“ die Verwaltungschefs der Landkreise und größeren Städte nach Nutzung, Erfahrungen und künftigen Anforderungen im Hinblick auf Softwaresysteme für Controllingzwecke befragt. Im Auftrag eines Kreditinstituts in Sachsen erstellen wir einmal jährlich ein regionales Konjunkturbarometer mit Hilfe einer Befragung von mittelständischen Unternehmen.

Nach Abschluß einer wissenschaftlichen Untersuchung sitzen Ihre Kunden vor einem umfangreichen Zahlenwerk. Da mag manch einer Mühe haben, sich durchzufinden und die relevanten Erkenntnisse herauszufiltern. Helfen Sie Ihren Auftraggebern auch bei dieser Aufgabe?

Schlinkert: Selbstverständlich lassen wir unsere Kunden bei derwertung der Studienergebnisse nicht allein. Wann immer es gewünscht wird, stellen wir in Form schriftlicher Berichte, Präsentationen und persönlichen Gesprächen unsere Hilfe bei der Interpretation und Umsetzung zur Verfügung. Darüber hinaus können wir Unternehmen, Verbänden, Parteien und anderen Institutionen eine breite Palette von Dienstleistungen anbieten.

Dazu ist unsere Firma dimap consult da. Sie bietet eine maßgeschneiderte, professionelle Beratung an den Schnittstellen von Politik, Wirtschaft und Kommunikation. Wir verfügen über erstklassige Kontakte und umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen der politischen Kommunikation, der Strategieberatung und der öffentlichen Kampagnen. dimap consult stellt seinen Klienten ein umfangreiches Leistungsangebot zur Verfügung, das vom Informationsservice über Text- und Redenservice bis zur strategischen Beratung reicht.

Reinhard Schlinkert ist Geschäftsführer der dimap GmbH und Generalbevollmächtigter der Gesellschaft Infratest dimap GmbH. Das Interview wurde den AWW-Informationen vom dimap Institut exklusiv zur Verfügung gestellt.

dimap – das Institut für Markt- und Politikforschung GmbH, Konstantinstraße 42, 53179 Bonn, Telefon +49 228 32969 3, Telefax + 49 228 32969 50, eMail: bonn@dimap.de, Internet: www.dimap.de



führer aus allen Branchen zum Thema „Zeitgemäße Personalwirtschaft und Deregulierung des Arbeitsmarktes“ befragt.

Für eine Gruppe führender juristischer Fachverlage wurde untersucht, in welchem Maße moderne Kommunikationstechnologien und neue Medien in den Anwaltskanzleien Einzug gehalten haben und welche Erwartungen die Anwälte an die Dienstleistungen von Verlagen für die Zukunft hegen. Im Auftrag eines Unternehmensverbandes wurden die Bundesbürger befragt, wie sie die Ergebnisse der Liberalisierung des Telefonmarktes einschätzen, welche Angebote sie kennen und nutzen. Für ein Softwarehaus wurden unter dem

Welche Befragungsmethoden wenden Sie bei Ihren Untersuchungen an?

Schlinkert: Das ist ganz unterschiedlich und hängt wesentlich von der Zielgruppe und dem Inhalt der Befragung ab. Umfragen bei der Bevölkerung werden heute in der Regel telefonisch durchgeführt. In einigen Fällen greift man auf persönlich-mündliche Interviews zurück, z. B. dann, wenn die Befragten optische Vorlagen wie etwa Anzeigen, Titelbilder von Zeitschriften oder ähnliches bewerten sollen. Schließlich verwenden wir auch das Verfahren der schriftlich-postalischen Befragung, die sich allerdings nur für bestimmte Zwecke eignet.