

Wahlumfragen und der Willensbildungsprozess der Wähler im Vorfeld der Bundestagswahl 2013

Hanna Hoffmann

Demoskopischen Umfrageergebnissen wird eine immer größere Bedeutung für den Willensbildungsprozess der Wähler zugeschrieben.¹ Dies lässt sich auf die Erosion sozialer Großgruppen zurückführen, denn durch den Rückgang stabiler Parteibindungen werden kurzfristigere Faktoren für die tendenziell immer spätere beziehungsweise verzögerte Entscheidungsfindung wichtiger.² Neben Kandidaten und Themen stellt die Entwicklung der veröffentlichten Umfrageergebnisse eine potentielle Beeinflussung der Entscheidungsfindung kurz vor der Wahl dar.³ Die publizierten Umfragewerte liefern Informationen, auf deren Basis Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs gebildet werden, die wiederum die eigene Entscheidung beeinflussen können⁴, so dass Umfrageergebnissen eine gewisse Orientierungsfunktion zugeschrieben wird. Besonders für strategische Wahlentscheidungen, die im genannten Veränderungsprozess ebenfalls zunehmen⁵, sind Informationen über das beabsichtigte Wahlverhalten der Anderen wichtig, um die richtige Strategie zu bestimmen. Die Veränderung des Wahlverhaltens spiegelt sich in einer stärkeren Dynamik von politischen Einstellungen und Wahlverhaltensabsichten wider. Daher steigt „das Verlangen nach Umfragen, nach in regelmäßigen Intervallen erhobenen Daten darüber, was der repräsentative Querschnitt der Bevölkerung denkt, wünscht, missbilligt“⁶. Durch die daraus resultierende zunehmende Publikation von Umfrageergebnissen entsteht ein Kreislauf, der das Potential der Wählerbeeinflussung weiter erhöht.

1 Vgl. Frank Brettschneider, Demoskopie im Wahlkampf – „Leitstern oder Irrlicht?“, in: Markus Klein / Wolfgang Jagodzinski / Ekkehard Mochmann / Dieter Ohr (Hrsg.), 50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland, Opladen 2000, S. 477 – 505.

2 Vgl. Russel J. Dalton / Ian McAllister / Martin P. Wattenberg, The Consequences of Partisan Dealignment, in: Russel J. Dalton / Martin P. Wattenberg (Hrsg.), Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies, Oxford 2000, S. 37 – 63; Olaf Jandura / Carsten Reinemann, Hintergrund: Spätentscheider und Medienwirkungen, in: Carsten Reinemann / Marcus Maurer / Thomas Zerback / Olaf Jandura (Hrsg.), Die Spätentscheider. Medieneinflüsse auf kurzfristige Wahlentscheidungen, Wiesbaden 2013, S. 13 – 34.

3 Vgl. Rüdiger Schmitt-Beck, Kampagnenwandel und Wählerwandel. „Fenster der Gelegenheit“ für einflussreiche Wahlkämpfe, in: Ulrich Sarcinelli / Jens Tenschert (Hrsg.), Machtdarstellung und Darstellungsmacht. Beiträge zu Theorie und Praxis moderner Politikvermittlung, Baden-Baden 2003, S. 199 – 218.

4 Vgl. Evelyn Bytzek, Der überraschende Erfolg der FDP bei der Bundestagswahl 2005: Leihstimmen oder Koalitionswahl, in: Thorsten Faas / Kai Arzheimer / Sigrid Roßteutscher (Hrsg.), Information – Wahrnehmung – Emotion, Wiesbaden 2010, S. 315 – 332.

5 Vgl. Martin Elff / Spyros Kosmidis, Umfragen, Wählererwartungen und strategisches Wählen: ein deutsch-britischer Vergleich, in: Bernhard Wefels / Harald Schoen / Oscar W. Gabriel (Hrsg.), Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2009, Wiesbaden 2013, S. 533 – 552.

6 Alexander Gallus, Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfs. „Wirkliche Macht“ oder „Faktor ohne politische Bedeutung“?, in: APuZ, B 15/16 (2002), S. 29 – 36, S. 30.

Durch die potentielle Beeinflussung der Wählerschaft sind demoskopische Institute seit jeher dem Verdacht der Manipulation ausgesetzt.⁷ Vor der Bundestagswahl 2013 war der Auslöser vor allem die erstmalige Veröffentlichung des ZDF-Politbarometers nur drei Tage vor dem Wahltermin. Das ZDF brach damit das ungeschriebene Gesetz, dass die öffentlich-rechtlichen Sender in den letzten zehn Tagen vor der Wahl keine Umfragen mehr senden. Ursache für die Entscheidung des Zweiten waren die Ereignisse bei der Landtagswahl in Niedersachsen zu Beginn des Wahljahres 2013, bei der sich eine deutliche Diskrepanz zwischen den letzten Umfragen und dem tatsächlichen Abschneiden der FDP ergeben hatte.⁸ Trotz geringer Umfragewerte nahe der Fünf-Prozent-Hürde noch eine Woche vor der Wahl, kam die FDP überraschend auf einen Stimmenanteil von fast zehn Prozent, was von vielen Seiten durch einen hohen Anteil an Leihstimmen von den Anhängern der CDU erklärt wurde. In den nicht veröffentlichten Umfragen der letzten Tage vor der Wahl war ein Aufschwung der Partei wohl bereits absehbar, so dass die Leihstimmenvergabe auf Basis von unvollständigen Informationen stattgefunden hatte.⁹ Nachdem die FDP bei der Bundestagswahl 2013 erstmalig seit Bestehen der Bundesrepublik an der Fünf-Prozent-Hürde gescheitert war, wurde diskutiert, ob die demoskopischen Institute einen Einfluss auf dieses Ergebnis gehabt hatten. Durch die Veröffentlichung von Werten knapp unterhalb der Fünf-Prozent-Hürde kurz vor der Wahl kann eine Änderung des Wahlverhaltens angenommen werden. Mögliche Folgen sind, dass die Wähler ihre Stimme nicht vergeudeten wollten und diese einer anderen Partei gegeben haben oder der Urne sogar gänzlich ferngeblieben sind.

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, ob die veröffentlichten Umfrageergebnisse vor der Bundestagswahl 2013 einen Einfluss auf den Willensbildungsprozess der Wähler hatten. Dafür sollen Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs sowie die Wahlabsichten der Wähler hinsichtlich ihrer Entwicklung im Verlauf des Wahlkampfes betrachtet und mit den Entwicklungen der veröffentlichten Umfrageergebnisse verglichen werden.

1. Theoretische Überlegungen zu den Wirkungen von Wahlumfragen

Wenn der Frage nachgegangen wird, wie veröffentlichte Umfrageergebnisse den Entscheidungsfindungsprozess der Wähler beeinflussen, ist ein Blick auf die Informationsverarbeitung des Einzelnen während des Wahlkampfes wichtig. Mit der kognitiven Wende in der Wahlforschung fand eine detailliertere Auseinandersetzung mit diesem Thema statt.¹⁰ Aus-

7 Vgl. Frank Brettschneider, a.a.O. (Fn. 1). Siehe auch den Beitrag von Thorsten Faas in diesem Heft der ZParl.

8 Vgl. Christina Holtz-Bacha, Politik und Wählerschaft unter Beobachtung: Die Rolle der Umfragen im Wahlkampf, in: *dies.* (Hrsg.), Die Massenmedien im Wahlkampf, Wiesbaden 2015, S. 189 – 215.

9 Vgl. Christina Hebel / Alexander Demling, Politbarometer zur Bundestagswahl: ZDF rückt letzte Umfrage näher an Wahlsonntag, in: Spiegel online vom 24. Mai 2013, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/zdf-politbarometer-letzte-umfrage-drei-tage-vor-bundestagswahl-a-901824.html> (Abruf am 23. Oktober 2015).

10 Vgl. Harald Schoen, Der demokratische Musterbürger als Normalfall? Kognitionspsychologische Einblicke in die Blackbox politischer Meinungsbildung, in: PVS, 47. Jg. (2006), H. 1, S. 89 – 101.

gangspunkt dafür ist die Tatsache, dass die meisten Bürger tendenziell ein geringes politisches Interesse und schwach ausgeprägte politische Kompetenz aufweisen¹¹, was – vor dem Hintergrund fehlender oder schwächerer Parteibindungen – die Frage aufwirft, auf Basis welcher Informationen politische Einstellungen und Wahlentscheidungen gebildet werden. Die Kognitionspsychologie nimmt an, dass hierfür Heuristiken beziehungsweise „information shortcuts“ genutzt werden, an denen sich die Wähler orientieren.¹² Veröffentlichte Umfragewerte als Darstellung des öffentlichen Meinungsbilds können eine solche Funktion übernehmen, wenn für den Einzelnen die Orientierung an der Mehrheitsmeinung eine Problemlösungsstrategie und damit eine Verringerung von Unsicherheit darstellt.¹³ Darüber hinaus können sie eine Orientierungshilfe für Wähler sein, die mit ihrer Stimmenvergabe eine bestimmte Strategie verfolgen.¹⁴ Hierauf wird im Folgenden noch näher eingegangen.

Zu den Wirkungsmechanismen veröffentlichter Umfrageergebnisse existiert in der Literatur eine Vielzahl von Annahmen, die beschreiben, unter welchen Voraussetzungen eine Beeinflussung des Wahlverhaltens stattfinden kann.¹⁵ Dabei steht nicht nur das Wahlverhalten selbst im Fokus, sondern auch die Beeinflussung der Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs. Insgesamt kann unterschieden werden zwischen Forschungsannahmen (1) zu kognitiven Wirkungen auf die Erwartungen des Wahlausgangs, (2) zu Wirkungen auf die individuelle Wahlbeteiligung sowie (3) auf die Wahlentscheidung und hierbei insbesondere auf strategische. Im Folgenden sollen die theoretischen Erwartungen zu kognitiven Wirkungen und zur Beeinflussung der individuellen Wahlentscheidung im Fokus stehen.¹⁶

Die Annahme *kognitiver* Wirkungen ist den übrigen Wirkungsannahmen vorgelagert. Sie geht grundlegend davon aus, dass erst die veröffentlichten Umfrageergebnisse als wichtige Informationsquelle die Bildung von Erwartungen zum Ausgang der Wahl ermöglichen.¹⁷ Angenommen wird ein Prozess, der die Wahrnehmung und Verarbeitung der veröf-

11 Vgl. *Kristina Faden-Kubne*, Neuere Ansätze in der Wahlforschung: Heuristiken und Emotionen, in: *Oscar W. Gabriel / Bettina Westle* (Hrsg.), *Wählerverhalten in der Demokratie. Eine Einführung*, Baden-Baden 2012, S. 87 – 115, Kapitel 3.

12 Vgl. *Richard R. Lau / David P. Redlawsk*, *How Voters Decide: Information Processing during Election Campaigns*, New York 2006; *Charles S. Taber*, *Information Processing and Public Opinion*, in: *David O. Sears / Leonie Huddy / Robert Jervis* (Hrsg.), *Oxford Handbook of Political Psychology*, Oxford 2003, S. 433 – 476; *Samuel L. Popkin*, *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago 1991.

13 Vgl. *Rüdiger Schmitt-Beck*, 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. Jg. (1996), H. 3, S. 266 – 291.

14 Vgl. *Olaf Jandura / Carsten Reinemann*, a.a.O. (Fn. 2).

15 Vgl. *David N. Hopmann*, Vom emotionalen Underdog zur bewussten Strategie: Wie Meinungs-Umfragen die Parteipräferenz der Wähler beeinflussen, in: *Thorsten Faas / Kai Arzheimer / Sigrid Roßteutscher* (Hrsg.), a.a.O. (Fn. 4), S. 51 – 69.

16 Die Annahmen zu den Wirkungen auf die Wahlbeteiligung, die postulieren, dass eine in den Umfragen suggerierte Knappheit mobilisierend wirkt, werden im vorliegenden Beitrag nicht näher betrachtet.

17 Vgl. *Thorsten Faas / Rüdiger Schmitt-Beck*, Wahrnehmung und Wirkungen politischer Meinungs-Umfragen. Eine Exploration zur Bundestagswahl 2005, in: *Frank Brettschneider / Oskar Niedermayer / Bernhard Weßels* (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse*, Wiesbaden 2007, S. 233 – 267.

fentlichten Umfragen durch die Wählerschaft postuliert.¹⁸ Dieser ermöglicht in einem weiteren Schritt den Abgleich der eigenen Erwartungen mit dem öffentlichen Meinungsbild.¹⁹ Notwendig ist ein Mindestmaß an politischem Interesse beziehungsweise Interesse am Wahlkampf, andernfalls besteht die Gefahr, dass die Umfrageergebnisse nicht richtig verarbeitet und interpretiert werden und zu Fehlschlüssen bezüglich der Wahlentscheidung führen.²⁰ Der beschriebene Wirkungsprozess kann auch als Orientierung der Wähler an den veröffentlichten Meinungsumfragen bezeichnet werden, denn wenn sie Angaben über einen möglichen Wahlausgang machen sollen, müssen sie sich an Informationen orientieren, anhand derer sie das mögliche Verhalten der wahlberechtigten Bevölkerung insgesamt abschätzen können. Die Berücksichtigung veröffentlichter Umfrageergebnisse stellt somit eine Problemlösungsstrategie für die Angabe von Erwartungen unter der Bedingung von Ungewissheit dar und ist dementsprechend als Heuristik zu beschreiben.²¹ Somit lässt sich aus der Annahme zu kognitiven Wirkungen folgende Frage ableiten:

Zeigen die Entwicklungen der Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs vor der Wahl, dass die Wählerschaft diese Erwartungen an die veröffentlichten Umfrageergebnisse angeglichen hat?

Wurden die Informationen aus den veröffentlichten Umfrageergebnissen kognitiv verarbeitet und führte dies darüber hinaus zu einer Anpassung der Erwartungen, lassen sich daran anschließend Fragen nach den Wirkungen auf die *Wahlentscheidung* formulieren. Die bekannteste Hypothese zur Wirkung demoskopischer Ergebnisse, die Bandwagon-Hypothese, beruht auf der so genannten Sonntagsfrage. Sie geht davon aus, dass die in den veröffentlichten Umfragen suggerierte Sieger-Partei weitere Wählerstimmen auf sich vereinen kann, da Menschen gern auf der Seite des Siegers stehen.²² Es wird vermutet, dass veröffentlichte Umfrageergebnisse jemanden dazu veranlassen können, eher der Mehrheitsmeinung zu folgen als den eigenen Einstellungen. Somit besteht im extremsten Fall die Möglichkeit, dass durch die demoskopischen Ergebnisse ein Wechsel zum politischen Gegner stattfindet.²³ Das Übertreten zur Mehrheitsmeinung, das sich in einem „last-minute swing“²⁴ kurz vor der Wahl äußert, wird unterschiedlich interpretiert. Erklärende Mechanismen werden beispielsweise in der Theorie der Schweigespirale²⁵ in Form einer Isolationsfurcht gesehen, die die Wähler aufgrund der Angst, eine Minderheitsmeinung zu vertreten, auf die Seite jener Partei drängt, die von der Mehrheit unterstützt wird. Es wird von einem spiralförmigen Prozess ausgegangen, da zur Mehrheitsmeinung gewanderte Personen weitere nach sich zie-

18 Vgl. Harald Schoen, Wirkung von Wahlprognosen auf Wahlen, in: Thomas Berg (Hrsg.), Moderner Wahlkampf. Blick hinter die Kulissen, Opladen 2002, S. 171 – 191.

19 Vgl. Martin Elff / Spyros Kosmidis, a.a.O. (Fn. 5).

20 Vgl. Evelyn Bytzek, a.a.O. (Fn. 4).

21 Vgl. Samuel L. Popkin, a.a.O. (Fn. 12).

22 Vgl. Diana C. Mutz, The Political Effects of Perceptions of Mass Opinion, in: Michael X. Delli Carpini / Leonie Huddy / Robert Y. Shapiro (Hrsg.), Research in Micropolitics, Bd. 4: New Directions in Political Psychology, Greenwich 1994, S. 143 – 167.

23 Vgl. Claude E. Robinson, Recent Developments in the Straw-Poll Field – Part 2, in: The Public Opinion Quarterly, 1. Jg. (1937), H. 4, S. 42 – 52.

24 Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, Die Schwegespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut, München 1980.

25 Vgl. ebenda.

hen. In der Anwendung dieser Theorie auf das Wahlverhalten muss jedoch kritisch angemerkt werden, dass die letztendliche Wahlentscheidung geheim ist.²⁶ So wäre es möglich, im Vorfeld der Wahl anzugeben, der mehrheitlichen Meinung zuzustimmen, in der Wahlkabine jedoch gemäß den eigentlichen Präferenzen zu wählen.

Aus einem anderen Blickwinkel wird der spiralförmige Prozess als Ansteckungseffekt beschrieben, bei dem die Wähler aufgrund von Hervorhebungen des vermeintlichen Gewinners in den Medien vermehrt auf dessen Seite wechseln.²⁷ Je mehr Personen aus der Wählerschaft übertreten, desto mehr Aufmerksamkeit für den potentiellen Sieger wird in den Medien generiert, und desto mehr werden angesteckt.

Die Entscheidung für den vermuteten Gewinner der Wahlen wird darüber hinaus als Orientierung an der Mehrheitsmeinung im Sinne einer Heuristik, oder genauer einer „low information rationality“²⁸, angesehen. Hierbei entscheiden sich unentschlossene, weniger involvierte Wähler aufgrund von rationalen Überlegungen für den vermeintlichen Gewinner, da sie aufgrund des fehlenden eigenen Wissens einfach der gesellschaftlichen Mehrheit vertrauen und damit Informationskosten sparen. Dementsprechend liegt hier eine rationale Handlungsweise vor.

Zur Bandwagon-Hypothese hat sich ein Pendant herausgebildet, das als Underdog-Hypothese bezeichnet wird.²⁹ Sie postuliert eine vermehrte Ballung von Stimmen auf den in den Umfragen prognostizierten Verlierer der Wahl. Erklärt wird dies vorwiegend durch empfundenes Mitleid für die zurückliegende Partei.³⁰ Eine weitere Begründung für die Unterstützung des vermeintlichen Verlierers kann in der Verhinderung von größeren oder absoluten Mehrheiten liegen.³¹ In einem Mehrparteiensystem wie in Deutschland liegen immer mehrere Parteien hinter dem vermeintlichen Sieger zurück. In direkter Konkurrenz stehen sich die beiden Volksparteien CDU und SPD gegenüber, so dass die Underdog-Hypothese vorwiegend für den Verlierer dieses Wettbewerbs geprüft wird. Darüber hinaus kann jedoch auch für kleinere Parteien mit schwindender Unterstützung ein solcher Effekt entstehen. Somit ergibt sich aus der Bandwagon- und der Underdog-Hypothese folgende Fragestellung:

Zeigen die Entwicklungen der Wahlabsicht, dass die Partei mit den höchsten Umfragewerten vermehrt potentielle Stimmen bekommt oder aber eine in den Wahlumfragen zurückliegende Partei vor der Wahl vermehrt Unterstützung erhält?

Unter Berücksichtigung wahlsystemischer Kontextbedingungen werden für Deutschland Wirkungsannahmen von Vorwahlumfragen formuliert, die strategische Wahlentscheidungen betreffen. Diese Annahmen beziehen sich auf die Fünf-Prozent-Hürde sowie auf die

26 Vgl. Diana C. Mutz, Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives affect Political Attitudes, Cambridge 1998, S. 184.

27 Vgl. Larry M. Bartels, Presidential Primaries and the Dynamics of Public Choice, Princeton 1988; Sibylle Hardmeier, The Effects of Published Polls on Citizens, in: Wolfgang Donsbach / Michael W. Traugott (Hrsg.), The SAGE Handbook of Public Opinion Research, London / Los Angeles 2008, S. 504 – 513.

28 Rüdiger Schmitt-Beck, a.a.O. (Fn. 13), S. 268.

29 Vgl. Sibylle Hardmeier, a.a.O. (Fn. 27).

30 Vgl. Alexander Gallus, a.a.O. (Fn. 6).

31 Vgl. Harald Schoen, a.a.O. (Fn. 18), S. 183.

Möglichkeit des Stimmensplittings und werden in der Fallbeil- und der Leihstimmen-Hypothese konkretisiert³², wobei auch hier spezifische Erwartungsbildungen vorgelagert sind. Die Fallbeil-Hypothese geht davon aus, dass Anhänger kleinerer Parteien diesen ihre Stimme entziehen, wenn die Partei an der Fünf-Prozent-Hürde zu scheitern droht. Um eine „Vergeudung“ der eigenen Stimme bei Nicht-Einzug der Partei in den Bundestag zu vermeiden, wird diese der nächst präferierten Partei mit den besseren Einzugschancen gegeben, die somit das geringere Übel darstellt.³³ Hierbei handelt es sich nicht um eine Veränderung der eigenen Einstellung, sondern um strategisches Verhalten im Entscheidungsprozess, das in der wasted-vote-Theorie beschrieben wird.³⁴ Diese geht von einem taktischen Wähler aus, der grundsätzlich vermeiden will, seine Stimme zu vergeuden. Auf Basis dieser These wird angenommen, dass jeder prognostizierte Umfragewert unter fünf Prozent den Einzug der jeweiligen Partei ins Parlament gefährden kann³⁵, wobei diese Gefährdung mit größerer Distanz zur Fünf-Prozent-Hürde zunimmt. An dieser Stelle kommt den Umfrageinstituten eine besondere Verantwortung bei der Angabe ihrer Projektionen und Fehlertoleranzen zu.

Die Leihstimmen-Hypothese bezieht sich auf die Besonderheit im deutschen Wahlsystem die Wahlentscheidung in Erst- und Zweitstimme auszudrücken und dabei nicht zwingend gleichgerichtet zu wählen.³⁶ Empirische Analysen zeigen, dass in den meisten Fällen beide Stimmen letztendlich an dieselbe Partei gehen, jedoch wird der Anteil der gesplitteten Stimmen in den letzten Jahren immer größer. Lag er in den 1980er Jahren noch bei circa zehn Prozent, wurde 2009 ein Höchststand von 26,4 Prozent erreicht (2013: 23 Prozent).³⁷ Stimmensplitting kann ganz unterschiedlich motiviert sein.³⁸ Das bekannteste Motiv ist die so genannte Leihstimme von Anhängern der größeren Parteien, bei der mit der Wahl einer kleineren Partei mit der Zweitstimme deren Einzug ins Parlament gewährleistet werden soll.³⁹ Dahinter steht die Absicht, eine bestimmte Koalitionspräferenz zu sichern.⁴⁰ Dies ist nicht nur ein freiwilliges, sondern nach *Anthony Downs'* ökonomischem Ansatz zur Erklä-

32 Vgl. David N. Hopmann, a.a.O. (Fn. 15).

33 Vgl. Kurt Reumann, Gibt es den Fallbeil-Effekt für die kleinen Parteien? Zum Streit um die Veröffentlichung von Umfrage-Ergebnissen vor Wahlen. Für und Wider eines gesetzlichen Verbots, in: FAZ vom 9. März 1983, S. 4.

34 Vgl. Harald Schoen, a.a.O. (Fn. 18); Gary W. Cox, Making Votes Count, Cambridge 1997.

35 Vgl. Kurt Reumann, a.a.O. (Fn. 33).

36 Vgl. David Johann, Charakteristika und Motive der Stimmensplitter bei der Bundestagswahl 2005, in: Steffen Kühnel / Oskar Niedermayer / Bettina Westle (Hrsg.), Wähler in Deutschland. Sozialer und Politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten, Wiesbaden 2009, S. 399 – 423.

37 Vgl. Jan Eric Blumenstiel, Stimmensplitting, in: Rüdiger Schmitt-Beck / Hans Rattinger / Sigrid Roßteutscher / Bernhard Weßels / Christof Wolf u.a. (Hrsg.), Zwischen Fragmentierung und Konzentration: Die Bundestagswahl 2013, Baden-Baden 2014, S. 145 – 153.

38 Vgl. David Johann, a.a.O. (Fn. 36).

39 Vgl. Susumu Shikano / Michael Herrmann / Paul W. Turner, Strategic Voting under Proportional Representation: Threshold Insurance in German Elections, in: West European Politics, 32. Jg. (2009), H. 3, S. 634 – 656; Thomas Gschwend, Ticket-Splitting and Strategic Voting Under Mixed Electoral Rules: Evidence from Germany, in: European Journal of Political Research, 46. Jg. (2007), H. 1, S. 1 – 23.

40 Vgl. Franz Urban Pappi / Paul W. Thurner, Electoral Behaviour in a Two-Vote System: Incentives for Ticket Splitting in German Bundestag Elections, in: European Journal of Political Research, 41. Jg. (2002), H. 2, S. 207 – 232.

rung von Wahlentscheidungen⁴¹ ein rationales Stimmensplitting⁴², da die Realisierung der präferierten Koalition den gewünschten Nutzen für den Wähler einbringt. Dementsprechend können prognostizierte Umfragewerte nahe der Fünf-Prozent-Hürde kleineren Parteien helfen. Hierbei gilt: Je weiter der prognostizierte Wert unter fünf Prozent liegt, desto wahrscheinlicher ist die Vergabe von Leihstimmen.⁴³ Veröffentlichte Umfrageergebnisse können demnach die Vergabe von Leihstimmen dann begünstigen, wenn sie als hilfreich erscheinen, um eine gewünschte Koalition herbeizuführen oder zu stärken.⁴⁴ Durch die Fallbeil- und Leihstimmen-Hypothese wird deutlich, dass für Umfragewirkungen auf strategisches Wählen eine bestimmte Ausgangssituation in den prognostizierten Wahlergebnissen gegeben sein muss. Ist der Einzug in den Bundestag bei keiner der koalitionsbezogenen relevanten kleineren Parteien gefährdet, können diese Art von Wirkungen nicht ausgelöst werden. Ist der Einzug jedoch ungewiss, wie vor der Bundestagswahl 2013 für die FDP, lassen sich drei Fragen ableiten:

Zeigen die Entwicklungen vor der Wahl, dass die Erwartungen bezüglich des Einzugs der FDP in den Bundestag durch ihre veröffentlichten Umfragewerte beeinflusst wurden?

Haben die veröffentlichten Umfragewerte der FDP im Verlauf des Wahlkampfes zu einer abnehmenden Wahlabsicht für die FDP im Sinne eines Fallbeil-Effekts geführt?

Kann parallel dazu ein Einfluss der veröffentlichten Umfragewerte der FDP auf eine zunehmende Absicht der Unions-Anhänger beobachtet werden, eine Leihstimme für die FDP abzugeben?

2. Bisherige Befunde zu Wirkungen von Wahlumfragen

Die Befunde zu Wirkungen von veröffentlichten Umfrageergebnissen in Deutschland fallen ambivalent aus. Bisher gibt es wenige deutsche und internationale Studien, die solche Wirkungen, vor allem auf die Wahlentscheidung, eindeutig belegen können.⁴⁵ Die Beeinflussung der Erwartungsbildung bezüglich des Ausgangs der Wahl, genauer der Koalitionsbildung, konnte bisher am eindeutigsten nachgewiesen werden.⁴⁶ Ähnlich angelegte Analysen

41 Vgl. *Anthony Downs*, An Economic Theory of Democracy, Stanford 1957.

42 Vgl. *David Johann*, a.a.O. (Fn. 36), S. 403.

43 Vgl. *Sascha Huber*, Der Absturz der FDP – Die Rolle von Parteibewertung und Koalitionsüberlegungen bei den Bundestagswahlen 2009 und 2013, in: Politische Psychologie, 4. Jg. (2015), H. 1, S. 43 – 64.

44 Vgl. *Michael F. Meffert / Thomas Gschwend*, Polls, Coalition Signals and Strategic Voting: An Experimental Investigation of Perceptions and Effects, in: European Journal of Political Research, 50. Jg. (2011), H. 5, S. 636 – 667.

45 Vgl. *Christina Holtz-Bacha*, a.a.O. (Fn. 8); *Sibylle Hardmeier*, a.a.O. (Fn. 27).

46 Vgl. *Michael F. Meffert / Sascha Huber / Thomas Gschwend / Franz Urban Pappi*, More than Wishful Thinking: Causes and Consequences of Voters' Electoral Expectations About Parties and Coalitions, in: Electoral Studies, 30. Jg. (2011), H. 4, S. 804 – 815; *Evelyn Bytzeck*, a.a.O. (Fn. 4); *Steven Schub*, Umfragen als Anker? Studien zur Wirkung rezipierter Umfrageergebnisse, Wiesbaden 2009; *Thorsten Faas / Christian Mackenrodt / Rüdiger Schmitt-Beck*, Polls that Mattered: Effects of Media Polls on Voter's Coalition Expectations and Party Preferences in the 2005 German Parliamentary Election, in: International Journal of Public Opinion Research, 20. Jg. (2008), H. 3, S. 299 – 325; *Harald Schoen*, a.a.O. (Fn. 18).

wie die im vorliegenden Beitrag haben für die Bundestagswahlen 2005 und 2009 ebenfalls in den Blick genommen, wie sich Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs und der Wahlabsichten entwickelt haben.⁴⁷ Vor dem Hintergrund der Annahme, dass die Beeinflussbarkeit der Wähler aufgrund von abnehmenden Parteibindungen und immer späterer Entscheidungsfindung gestiegen ist, lassen sich für diese beiden Wahlen nur teilweise überzufällige Dynamiken für die untersuchten Variablen im Verlauf des Wahlkampfes nachweisen. Am deutlichsten zeigen sich auch hier kognitive Wirkungen auf die Koalitionserwartungen vor beiden Bundestagswahlen. So finden sich einige Belege dafür, dass eine Orientierung der Wähler an Umfragen stattfindet, wenn sie Angaben zum erwarteten Wahlausgang machen müssen. Dies entspricht den grundsätzlichen Erwartungen, da eine Orientierung an den Umfrageergebnissen bei einer Angabe des möglichen Endergebnisses mehr als plausibel ist. In Bezug auf die Wahlausicht für die unterschiedlichen Parteien lässt sich keine eindeutige Aussage zu Umfragewirkungen treffen. Allerdings gab es in den Wahljahren 2005 und 2009 auch nicht die Situation, dass eine der kleineren Parteien nahe an der Fünf-Prozent-Hürde lag, wie dies 2013 für die FDP der Fall war. Ebenfalls andersartig und neu war 2013 die Tatsache, dass eine neue aufstrebende Partei (AfD) nahe an diese Hürde herankam. Es bleibt abzuwarten, welches Wirkungspotential sich unter diesen wahlkontextuellen Voraussetzungen entfalten wird.

3. Datengrundlage

Als Grundlage für die Überprüfung, wie veröffentlichte Umfrageergebnisse auf die Wählerschaft wirken, dienen die Daten aus der Rolling Cross-Section (RCS) Erhebung vor der Bundestagswahl 2013, die Teil der breit angelegten German Longitudinal Election Study (GLES) ist.⁴⁸ Erhebungen auf Basis des RCS-Designs ermöglichen die tagesgenaue Beobachtung von Dynamiken des Willensbildungsprozesses vor einer Wahl, so dass sich diese auf kurzfristige Ereignisse im Wahlkampf zurückführen lassen.⁴⁹ Das Erhebungsdesign ist so konzipiert, dass die aneinander gereihten Tagesquerschnitte jeweils und alle Querschnitte gemeinsam eine Zufallsstichprobe aus der Grundgesamtheit darstellen.⁵⁰ Da es sich jedoch um einzelne Querschnitte handelt, können die Dynamiken nur auf Ebene der Tage, also im Aggregat, betrachtet werden. Der Erhebungszeitraum der RCS-Daten beläuft sich auf 76 Feldtage vor der Bundestagswahl 2013, pro Tag wurden durchschnittlich 100 Telefoninter-

47 Vgl. Hanna Hoffmann, Wahlumfragen und Wähler, Frankfurt am Main 2014.

48 Die RCS-Daten 2013 wurden von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften zugänglich gemacht. Hans Rattinger / Sigrid Roßteutscher / Rüdiger Schmitt-Beck / Bernhard Weßels / Christof Wolf, Rolling Cross-Section-Wahlkampfstudie mit Nachwahl-Panelwelle (GLES 2013), GESIS Datenarchiv, Köln, ZA5703 Datenfile Version 2.0.0, doi: 10.4232/1.11892 2014. Weder die genannten Personen noch die Institute tragen Verantwortung für die Analyse oder Interpretation der Daten in diesem Beitrag.

49 Vgl. Henry E. Brady / Richard Johnston, The Rolling Cross-Section and Causal Attribution, in: dies. (Hrsg.), Capturing Campaign Effects, Ann Arbor 2006, S. 164 – 195.

50 Vgl. Julia Partheymüller / Rüdiger Schmitt-Beck / Christian Hoops, Kampagnendynamik bei der Bundestagswahl 2013: Die Rolling Cross-Section-Studie im Rahmen der „German Longitudinal Election Study“ 2013, Working Paper, Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung 2013.

views durchgeführt. RCS-Erhebungen benötigen zu Beginn ein paar Tage, um in den Tagessquerschnitten eine gute Mischung von leicht und schwer erreichbaren Befragten zu erlangen und so die Repräsentativität an den einzelnen Tagen zu gewährleisten. Deshalb wurden jeweils die ersten Tage aus den Analysen ausgeschlossen. Anhand der RCS-Daten können mögliche Dynamiken der Verhaltensabsichten und Erwartungen der Wähler beobachtet werden. Zeigt sich eine überzufällige Dynamik, stellt sich die Frage, ob diese auf veröffentlichte Vorwahlumfragen zurückzuführen ist. Um dies zu betrachten, wurden die Werte der veröffentlichten Vorwahlumfragen den RCS-Daten hinzugespielt. Hierfür wurden die Veröffentlichungen jener Institute gewählt, die auch auf wahlrecht.de publiziert werden. Den einzelnen Erhebungstagen im RCS-Datensatz wurden jeweils die aktuellsten Umfragewerte mit einer Verzögerung von einem Tag hinzugespielt.⁵¹ Durch die Verzögerung steigt die Wahrscheinlichkeit, dass die Befragten der RCS-Erhebung die veröffentlichten Umfragen am Tag zuvor wahrgenommen haben können.

4. Analyse der Dynamiken vor der Bundestagswahl 2013

Julia Partheymüller unterteilt den Erhebungszeitraum der RCS-Erhebung in drei Phasen.⁵² Die Frühphase startet ungefähr zwei Monate vor dem eigentlichen Wahltermin im September; in ihr sind kaum gezielte Wahlkampfanstrengungen zu verzeichnen. Die zweite Phase, ist durch den offiziellen Start des Wahlkampfes Anfang August gekennzeichnet. Die dritte ist die „heiße“ Wahlkampfphase; sie umfasst die letzten vier Wochen vor der Wahl und setzte 2013 Ende August ein. In der folgenden Beschreibung der Entwicklungen von Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs und der Wahlausichten wird diese Phase häufiger in den Blick genommen, da ihr in der Wirkung von veröffentlichten Umfragen weitreichendere Folgen für die Entscheidung am Wahltag selbst attestiert werden. Dazu passend konnte *Partheymüller* zeigen, dass in dieser Phase die Unentschlossenheit sowie die Neigung zur Wahlenthaltung deutlich zurückgingen.⁵³ Die Dynamiken der Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs sowie der Wahlausichten werden graphisch anhand von Liniendiagrammen dargestellt.⁵⁴ Über die Unterschiede zwischen den einzelnen Tagen wird ein gleitendes Sieben-Tage-Mittel gelegt, da die Schwankungen zwischen den einzelnen Tagen unter Umständen dem Zufall unterliegen. Den Liniendiagrammen wird in Form von grauen Balkendiagrammen die Entwicklung der veröffentlichten Umfragewerte hinzugefügt. Lassen sich in den veröffentlichten Umfragen Dynamiken ablesen, die entsprechenden Dynamiken in den Erwartungen oder Wahlausichten zeitlich vorgelagert sind, kann eine Wirkung vermutet werden.⁵⁵ Die Analyse beginnt mit der Entwicklung der Erwartungen bezüglich des

51 Wurden an einem Tag von zwei Instituten Umfrageergebnisse veröffentlicht, wurde der Durchschnittswert verwendet.

52 Vgl. *Julia Partheymüller*, Die Dynamik von Mobilisierung und Meinungswandel im Wahlkampf, in: *Rüdiger Schmitt-Beck / Hans Rattinger / Sigrid Rostetscher / Bernhard Weßels / Christof Wolf u.a. (Hrsg.), a.A.O. (Fn. 37), S. 73 – 87.*

53 Vgl. ebenda.

54 Die RCS-Daten wurden mittels eines kombinierten Bildungs- und Transformationsgewichts gewichtet.

55 Die Veröffentlichung der Vorwahlumfragen ist eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für die Entfaltung ihres Wirkungspotentials. Dafür müssen diese noch von den Wählern

Wahlaugangs, dementsprechend mit den Koalitionserwartungen der Wähler oder, genauer, den jeweiligen Annahmen, dass die Partei Regierungspartner sein wird. Des Weiteren werden die Erwartungen bezüglich des Einzugs der FDP in den Bundestag betrachtet. Zusätzlich soll, aufgrund ihrer Nähe zur Fünf-Prozent-Hürde, auch in den Blick genommen werden, wie sich die Wahrscheinlichkeit entwickelte, dass die AfD in den Bundestag einziehen würde. Abschließend wird die Entwicklung der Wahlabsicht für die CDU/CSU (Union), SPD, Die Linke, Die Grünen und die FDP analysiert.

4.1. Entwicklung der Erwartungen bezüglich des Wahlaugangs

Im Folgenden werden zunächst die Erwartungen einer schwarz-gelben sowie einer Großen Koalition vor der Bundestagswahl betrachtet. Diese Bündnismöglichkeiten zeichneten sich, unter Berücksichtigung von Umfragewerten und Koalitionsaussagen, als die wahrscheinlichsten vor der Wahl 2013 ab.⁵⁶ Lässt sich eine Dynamik beobachten, stellt sich die Frage nach einer Beeinflussung durch die Entwicklung der Umfragewerte. Für die Beurteilung eines solchen Einflusses werden die jeweiligen Parteien separat betrachtet, da sich Dynamiken der einzelnen Koalitionspartner in der gemeinsamen Betrachtung aufheben können.⁵⁷

Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Erwartungen für die zwei genannten Koalitionsmöglichkeiten. Für eine schwarz-gelbe Koalition zeigen sich eindeutige Schwankungen von 36,4 bis 68,3 Prozent zwischen den Tagen. Bei Betrachtung des gleitenden Sieben-Tage-Mittels lässt sich jedoch kein genereller Aufwärts- oder Abwärtstrend zum Wahltag hin konstatieren. Lediglich Anfang August kann beobachtet werden, dass die Erwartung zeitweise zunimmt, es würde zu einer schwarz-gelben Koalition kommen, ebenso ist Anfang September ein weiterer leichter Anstieg zu verzeichnen. Nach der bayerischen Landtagswahl Mitte September und somit wenige Tage vor der Bundestagswahl ging jedoch die Erwartung einer schwarz-gelben Koalition erneut zurück. Erklären lässt sich dies höchstwahrscheinlich durch das schlechte Abschneiden der Liberalen in Bayern und die Beobachtung der anscheinend fehlenden Leihstimmen der Unions-Anhänger. Die Erwartung, dass die schwarz-gelbe Koalition weitere vier Jahre die Regierung stellen werde, war demzufolge von Unsicherheiten geprägt, lag aber trotz dieser Schwankungen im Verlauf des Wahlkampfes grundsätzlich auf einem Niveau von circa 50 Prozent. Der Glaube daran, dass die schwarz-gelbe Koalition fortgesetzt werden könnte, war also noch relativ weit verbreitet.

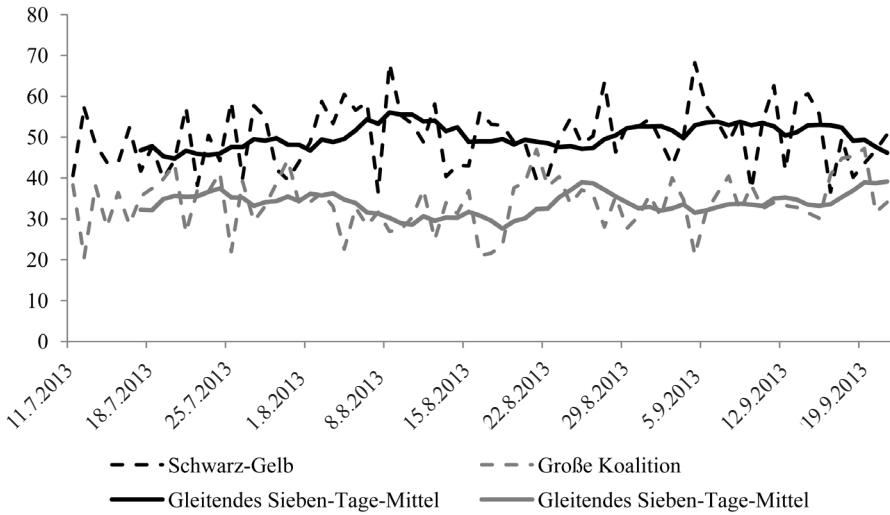
Deutlich seltener wurde von einer Großen Koalition ausgegangen, und zwar um zehn Prozentpunkte und mehr. Auch hier lassen sich Schwankungen zwischen den Tagen beobachten (zwischen 20,6 und 47,2 Prozent). Die Entwicklung des gleitenden Sieben-Tage-

wahrgenommen werden. *Partheymüller* und *Schäfer* zeigen für die Bundestagswahl 2013, dass kurz vor dem Wahltag ungefähr 70 Prozent angaben, Meinungsumfragen rezipiert zu haben (vgl. *Julia Partheymüller / Anne Schäfer*, Das Informationsverhalten der Bürger im Bundestagswahlkampf 2013, in: *Media Perspektiven*, 45. Jg. (2013), H. 12, S. 574 – 588).

⁵⁶ Vgl. *Sascha Huber*, Koalitions- und strategisches Wählen, in: *Rüdiger Schmitt-Beck / Hans Rattlinger / Sigrid Rossteutscher / Bernhard Weßels / Christof Wolf u.a. (Hrsg.)*, a.a.O. (Fn. 37), S. 293 – 311.

⁵⁷ Die Variablen der Erwartungen wurden jeweils so codiert, dass die Nennung der relevanten Parteien oder Koalitionsmöglichkeiten den Wert 1 bekommen haben und die jeweiligen Alternativen den Wert 0.

*Abbildung 1: Entwicklung der Koalitionserwartungen vor der Bundestagswahl 2013
(in Prozent)*



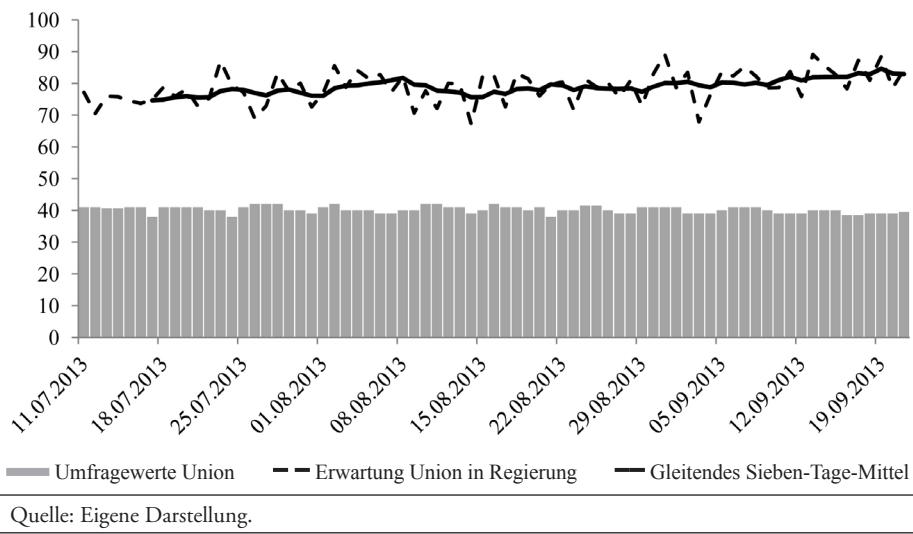
Quelle: Eigene Darstellung.

Mittels zeigt zu Beginn des Beobachtungszeitraumes so gut wie keine Zu- oder Abnahme bei der Erwartung einer Koalition aus Union und SPD. Ab Ende August kann allerdings eine leicht ansteigende Tendenz bis zur Wahl hin beobachtet werden, wobei der Anstieg in den letzten Tagen vor der Wahl parallel zum Rückgang der Erwartung einer schwarz-gelben Koalition verläuft.

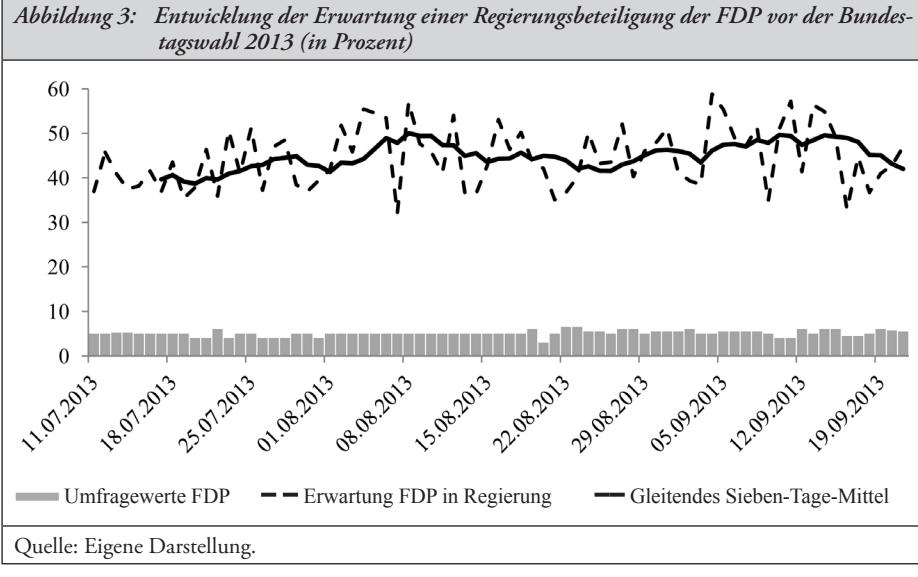
Um die Entwicklungen besser erklären und auch Annahmen zu Wirkungen von veröffentlichten Umfragewerten treffen zu können, werden im Folgenden die Erwartungen einer Regierungsbeteiligung für die Parteien separat betrachtet und mit dem Verlauf der Umfragewerte für die einzelnen Parteien verglichen. Allein die Möglichkeit, dass sich die Erwartungen einer Regierungsbeteiligung der jeweiligen Koalitionspartner gegenseitig aufheben können, verspricht besseren Aufschluss. Die sich abzeichnenden Unsicherheiten in den Erwartungen einer schwarz-gelben Koalition sollten beispielsweise durch die Erwartungen einer Regierungsbeteiligung der FDP zu erklären sein. Für diese Überprüfung finden sich zunächst in Abbildung 2 und 3 die separaten Betrachtungen für Union und FDP.

Die Union wurde kontinuierlich in einer Regierungskoalition erwartet, mit einer tendenziellen Steigerung zum Wahltag hin. Eine Wirkung der Umfragewerte für die CDU/CSU kann an dieser Stelle nur aufgrund ihrer ebenfalls ausgewiesenen Stabilität vermutet werden. Die Werte lagen während des Wahlkampfs relativ konstant bei 40 Prozent. Ob die positiven Erwartungen auf der Konstanz der Umfragewerte basieren, lässt sich gerade aufgrund deren Beschaffenheit nicht nachweisen. Die Dynamiken in der Koalitionserwartung sind demnach auf die Schwankungen in der Wahlausicht der FDP zurückzuführen. Hier zeigen sich auch im Trend exakt die Veränderungen, die in Abbildung 1 bereits sichtbar waren; ebenso wird die Abnahme nach der Landtagswahl in Bayern deutlicher erkennbar. Die Frage, ob die Unsicherheiten in der Erwartung auf den veröffentlichten Umfragewer-

Abbildung 2: Entwicklung der Erwartung einer Regierungsbeteiligung der Union vor der Bundestagswahl 2013 (in Prozent)

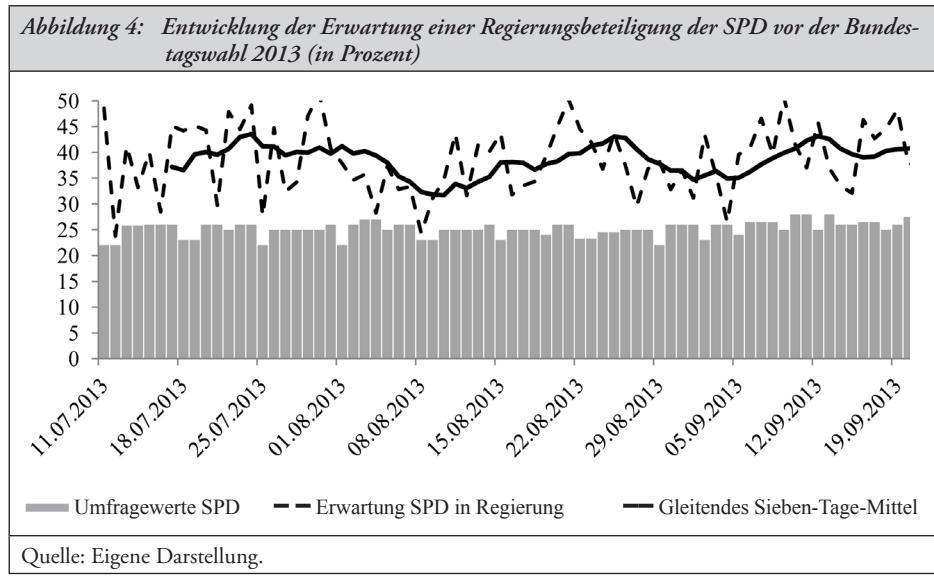


ten der FDP beruhen, ist nicht abschließend zu beantworten, da sie ebenfalls eine relative Stabilität aufweisen und die geringfügigen Veränderungen der Umfragewerte keine Parallelität zu den Entwicklungen der Erwartung zeigen. Dennoch kann das dauerhafte Verharren der Partei an der Fünf-Prozent-Hürde (vgl. Abbildung 3) die Unsicherheit der Erwartung einer Regierungsbeteiligung verursachen. Unabhängig von den beobachteten Schwankungen ist erstaunlich, dass trotz der schlechten Umfragewerte phasenweise nahezu 50 Prozent der Befragten davon ausgingen, dass die Liberalen weiterhin Regierungspartei sein würden.



Dies ist eine Erklärung für die positiven Erwartungen bezüglich einer Fortführung der schwarz-gelben Koalition.

Da die Werte für die Regierungsbeteiligung der Union sehr stabil waren (vgl. Abbildung 2), soll für die detaillierte Betrachtung der Erwartung einer Großen Koalition die separate Entwicklung der SPD in den Blick genommen werden (vgl. Abbildung 4). Erneut wird deutlich, dass der Anstieg der Erwartung einer Großen Koalition auf die Zunahme der Erwartung, dass der Koalitionspartner – hier die SPD – Teil der Regierung sein werde, zurückzuführen war. Bei genauerer Betrachtung scheint die Zunahme der Erwartung in den letzten zwei Wochen vor der Wahl mit einer tendenziell moderaten Verbesserung der SPD-Umfragewerte in Verbindung zu stehen. Der Anstieg in der Erwartung einer Großen Koalition dürfte darüber hinaus auf den stabil schlechten Umfragewerten der Liberalen beruhen, die eine schwarz-gelbe Koalition unwahrscheinlicher werden ließen. Auch den

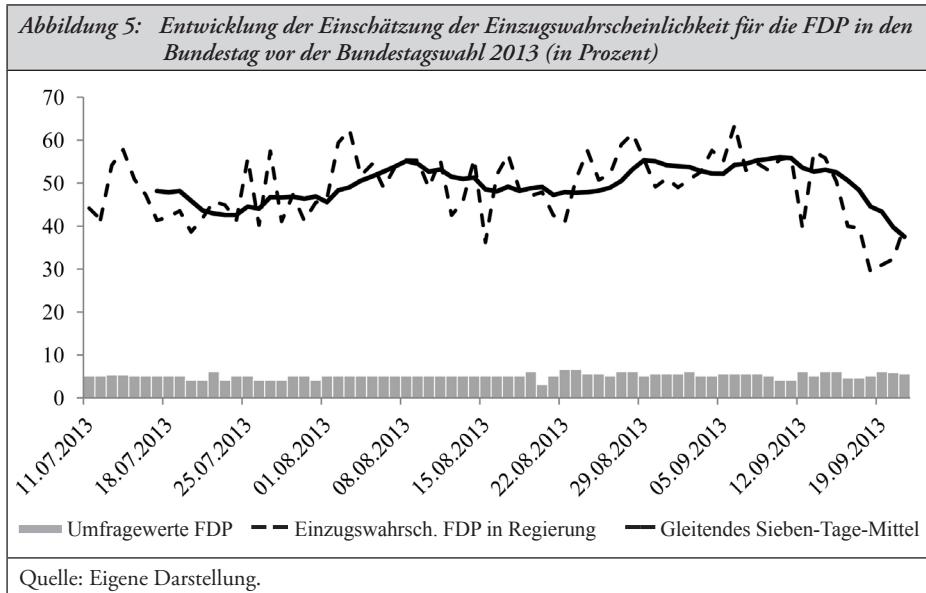


sinkenden Umfragewerten der Grünen kann potentiell eine Wirkung zugeschrieben werden⁵⁸, denn dadurch konnte eine rot-grüne Koalition mit Näherrücken des Wahltermins ausgeschlossen werden.⁵⁹

Wenn Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs betrachtet werden, spielt der Einzug der kleineren Parteien ins Parlament eine besondere Rolle für strategische Wahlentscheidungen im Sinne der wasted-vote-Theorie. Die Frage, ob die Stimmabgabe für eine der kleineren Parteien möglicherweise verschenkt ist, stellte sich 2013 vor allem für die FDP. Neben der FDP näherte sich auch die AfD in den Vorwahlumfragen immer mehr der Fünf-Prozent-Hürde. Wenn dies die wahrgenommene Einzugswahrscheinlichkeit über den

58 Siehe Abbildung 10.

59 Eine rot-grüne Koalition wurde von Beginn des Wahlkampfes an von der Bevölkerung als unwahrscheinlich wahrgenommen. Die Erwartungen lagen durchschnittlich bei zehn Prozent und kurz vor der Wahl eindeutig darunter.



Zeitraum des Wahlkampfes positiv beeinflusst, wurde die Wahl der AfD auch strategisch zu einer realen Alternative.⁶⁰

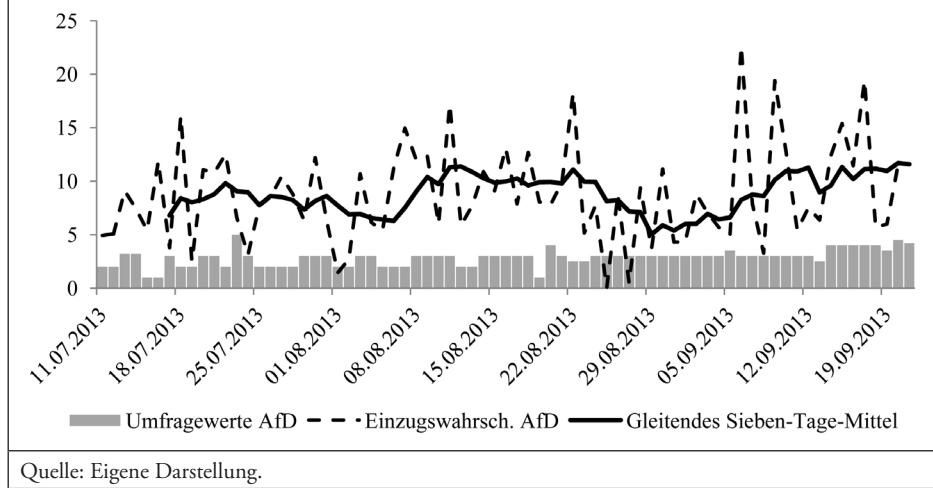
Für die FDP zeigten sich Schwankungen um ein Niveau von 50 Prozent (vgl. Abbildung 5). Aber erst in den letzten Tagen vor der Wahl nahm der Glaube an ihren Einzug in den Bundestag deutlich ab und sank auf nahezu 30 Prozent. Dass also ein Großteil der Befragten kurz vor der Wahl eher skeptisch in dieser Hinsicht war, ist nicht nur für die Wahl der FDP durch ihre Anhänger wichtig, sondern ebenso für diejenigen mit einer Präferenz für eine schwarz-gelbe Koalition.⁶¹ Die Vergabe einer Leihstimme durch die Anhänger der Union ist davon abhängig, für wie wahrscheinlich der Einzug der Liberalen gehalten wird. Da die veröffentlichten Umfragewerte einigermaßen stabil waren, könnte die beschriebene Abnahme auf einen fehlenden Anstieg der Werte kurz vor der Wahl zurückzuführen sein, der die Erwartungen dann erst kurz vor der Wahl nach unten korrigierte.

Für die AfD, die sich erst im Februar 2013 gegründet hatte, waren die Erwartungen der Einzugswahrscheinlichkeit deutlich geringer. Sie schwanken zwischen unter fünf und knapp über zehn Prozent; je näher die Wahl rückte erreichten sie jedoch auch Werte von 20 Prozent und mehr (vgl. Abbildung 6). Mit Blick auf das gleitende Sieben-Tage-Mittel wird deutlich, dass die starken Schwankungen zwischen den Tagen zu einem deutlich dynamischeren Trend führten. So ist vor allem ab Ende August ein Anstieg der vermuteten

60 Die Variablen der Einzugswahrscheinlichkeiten wurden für die folgenden Analysen so codiert, dass die Einschätzungen „bestimmt“ und „wahrscheinlich“ mit dem Wert 1 zusammengefasst wurden. Die Aussagen „vielleicht“, „wahrscheinlich nicht“ und „bestimmt nicht“ haben den Wert 0 erhalten.

61 Sascha Huber zeigt anhand des Vorwahl- und Nachwahlquerschnitts der GLES für das Stimmen-splitting bei der Bundestagswahl 2013, dass einige Wähler der FDP ihre Zweitstimme aufgrund strategischer Koalitionsüberlegungen gegeben haben, allerdings nur, wenn sie den Einzug der FDP als unsicher einschätzten. Vgl. *ders.*, a.a.O. (Fn. 56), S. 307.

Abbildung 6: Entwicklung der Einschätzung der Einzugswahrscheinlichkeit für die AfD in den Bundestag vor der Bundestagswahl 2013 (in Prozent)



Quelle: Eigene Darstellung.

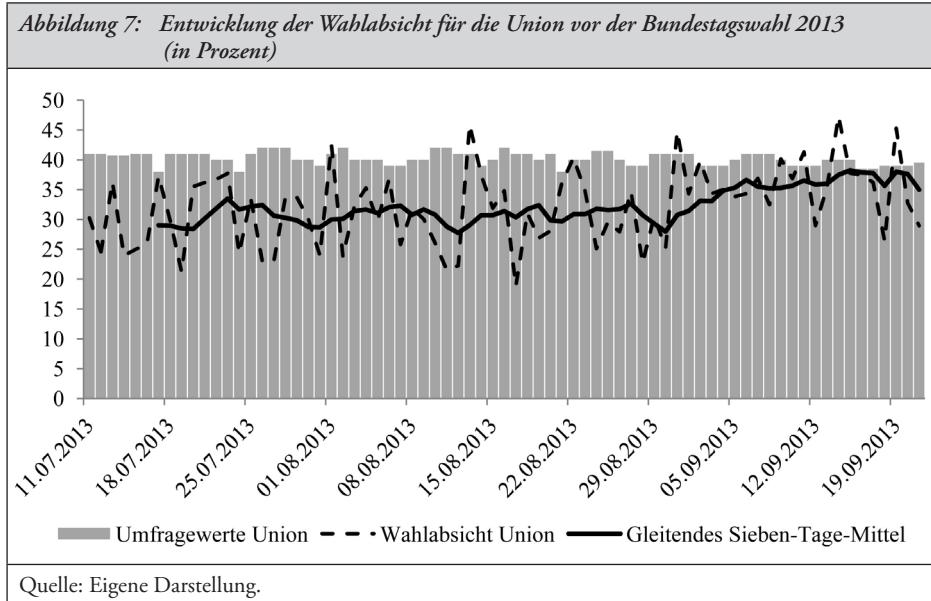
Einzugswahrscheinlichkeit zu beobachten. Diesem gingen stabilere Umfragewerte für die Partei voraus. Ergebnisse um die ein Prozent, die es vorher immer wieder gegeben hatte, zeigten sich bereits seit Mitte August nicht mehr, und gerade in den letzten Tagen vor der Wahl erreichte die AfD fast die Fünf-Prozent-Hürde. Bei dieser Entwicklung lässt sich annehmen, dass die Erwartungen bezüglich des Einzugs der Partei in den Bundestag durch die veröffentlichten Umfragewerte beeinflusst wurden.

4.2. Entwicklung der Wahlabsicht und ihre Wirkungen auf die Wahlentscheidung

Im Folgenden werden die Entwicklungen der Wahlabsicht für die CDU/CSU, SPD, Die Grünen, Die Linke und die FDP betrachtet und mögliche Wirkungen der veröffentlichten Umfrageergebnisse diskutiert.⁶² Für die FDP, die in den Umfragen an der Fünf-Prozent-Hürde lag und möglicher (beziehungsweise Wunsch-) Koalitionspartner der Union war, wird darüber hinaus die Entwicklung der strategischen Leihstimmenvergabe behandelt.⁶³

Die Wahlabsicht für die Union schwankte deutlich zwischen den Tagen (vgl. Abbildung 7). Das gleitende Sieben-Tage-Mittel der Wahlabsicht zeigt für die heiße Wahlkampfphase Ende August einen Anstieg für die Union. Dieser begann kurz vor dem TV-Duell und setzte sich danach weiter fort. Grundsätzlich ist eine Zunahme der Wahlabsicht für eine Partei kurz vor dem Wahltag aufgrund des Phänomens der Spätentscheider plausibel. Vergleicht man die Entwicklung der Wahlabsicht mit den veröffentlichten Umfragewerten, geht dem

- 62 Die Wahlabsicht für die AfD kann an dieser Stelle nicht betrachtet werden, da die Fallzahlen an den einzelnen Tagen zu gering ausfielen.
- 63 Die Codierung der Variablen der Wahlabsicht folgt der bisherigen Vorgehensweise. Die Nennung der Wahlabsicht für eine der Parteien erhielt jeweils den Wert 1. Eine Wahlabsicht für eine der jeweils anderen Parteien oder die Angabe „weiß nicht“ wurden im Wert 0 zusammengefasst.

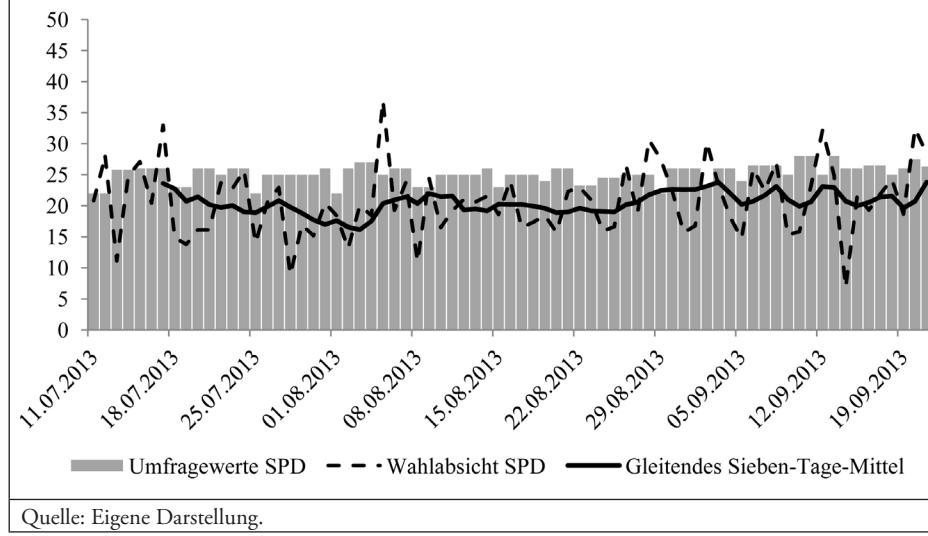


Anstieg der Wahlausicht keine grundlegende Veränderung der Umfragewerte voraus. Wie bereits dargestellt, liegen sie über den gesamten Zeitraum relativ stabil bei Werten um die 40 Prozent. Möglicherweise ist gerade diese stabile Position als relativ sicherer Gewinner der Wahl Auslöser eines Bandwagon-Effekts. Aufgrund der fehlenden Variation ist dieser jedoch hier nicht modellierbar. Zudem kann die Aktivierung der potentiellen Wähler viele weitere Ursachen haben.

Auch bei den Sozialdemokraten kam es zu starken Schwankungen zwischen den Tagen (zwischen 6,9 und 36,9 Prozent, vgl. Abbildung 8). Aus dem gleitenden Sieben-Tage-Mittel lässt sich nur schwer eine generelle Tendenz ablesen. Zwar sinkt die Wahlausicht für die SPD bis Anfang August 2013 erkennbar, pendelt sich Ende August jedoch wieder auf ihrem Ursprungsniveau von ungefähr 23 Prozent ein. Im selben Zeitraum ist in der Tendenz eine Erhöhung der veröffentlichten Umfragewerte zu erkennen.⁶⁴ Diese setzt jedoch erst nach dem Anstieg der Wahlausicht ein, so dass dieser nicht als Ergebnis der Beeinflussung durch die Umfragewerte gedeutet werden kann. Gerade zum Ende der heißen Wahlkampfphase wurde die Mittelfinger-Geste von Peer Steinbrück auf der Titelseite des Süddeutschen Magazins vom 12. September 2013 und die Auswirkung auf die Stimmabgabe für die SPD stark diskutiert. In den veröffentlichten Umfrageergebnissen wird keine Reaktion sichtbar. Die geäußerten Wahlausichten aus den RCS-Daten weisen zwei Tage später ein deutliches Tief auf. Ob dies tatsächlich eindeutig auf das genannte Wahlkampfereignis zurückgeführt werden kann, muss an dieser Stelle offen bleiben. Da jedoch bereits am nächsten Erhebungstag die Werte wieder deutlich anstiegen, scheint eine nachhaltige Beeinflussung der Wahlentscheidung weniger wahrscheinlich. Ein deutlicher letzter Zuwachs in den letzten

⁶⁴ Bei den Umfrageinstituten Infratest und INSA zeigt sich dieser Anstieg ab Ende August am deutlichsten. Sie veröffentlichten Umfragewerte von über 25 Prozent für die Sozialdemokraten (<http://www.wahlrecht.de>).

Abbildung 8: Entwicklung der Wahlausicht für die SPD vor der Bundestagswahl 2013 (in Prozent)



Quelle: Eigene Darstellung.

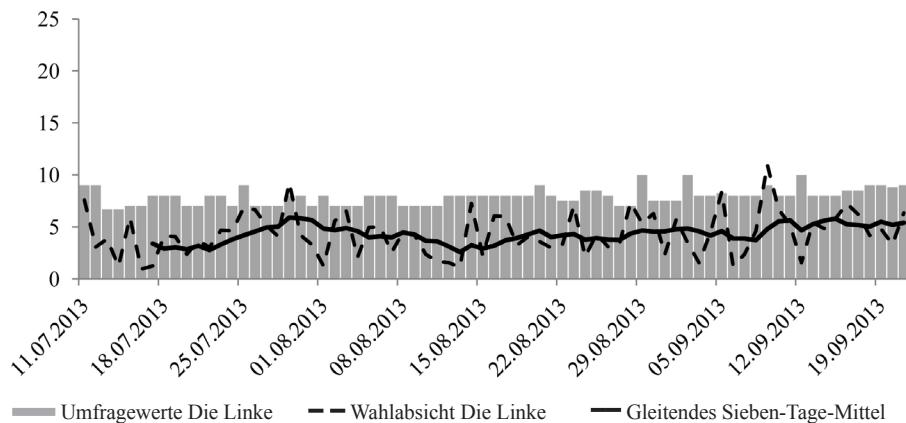
zwei Wochen vor der Wahl, wie er bei der Union beobachtet werden kann, ist für die Sozialdemokraten nicht zu verzeihnen. Lediglich in den letzten drei Tagen nahm die Wahlausicht noch einmal minimal zu. Hinweise auf einen Underdog-Effekt lassen sich für die SPD als Verlierer des Wettkampfes zwischen den beiden Volksparteien nicht finden.

Die Wahlausicht für Die Linke schwankte im Beobachtungszeitraum zwischen 0,9 und 11,0 Prozent (vgl. Abbildung 9). Das gleitende Sieben-Tage-Mittel weist ebenfalls Schwankungen auf, ab Mitte August ist jedoch eher ein Anstieg der Wahlausicht für Die Linke zu beobachten. Damit einher gehen auch grundsätzlich höhere Werte in den veröffentlichten Umfragen. Hier muss jedoch erneut von einer parallelen und nicht zeitlich vorgelagerten Entwicklung gesprochen werden, so dass die Kausalität des Zusammenhangs nicht abzuleSEN ist und eine Wirkungsannahme nicht eindeutig formuliert werden kann. Zurückzuführen ist der Anstieg der Wahlausicht wahrscheinlich auf die zunehmende Klarheit, dass eine rot-grüne Koalition keine Regierungsoption war und dementsprechend Unterstützer einer Mitte-Links-Koalition zurück zu ihrer eigentlichen Parteineigung für die Linken kamen.

Die Wahlausicht für Die Grünen schwankte nicht nur zwischen den Tagen (zwischen 3,3 und 20,9 Prozent), sondern auch das gleitende Sieben-Tage-Mittel variiert deutlicher als bei den bisher beleuchteten Parteien; prinzipiell kann ein Absinken der Wahlausicht beobachtet werden (vgl. Abbildung 10). Der Trend zeigt den Rückgang der Wahlausicht bereits ab Anfang August, was möglicherweise der Diskussion um die Einführung eines VeggieDay's⁶⁵ geschuldet ist. In den veröffentlichten Umfragewerten lässt sich dies vor al-

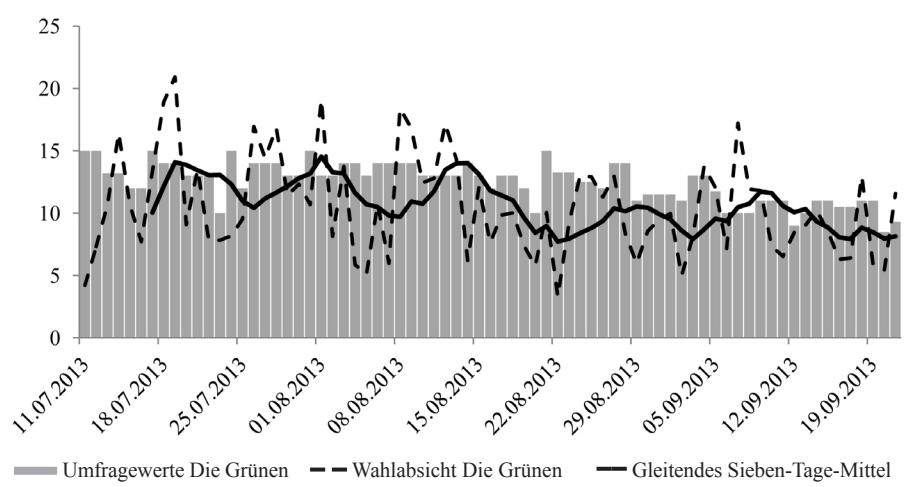
65 Am 5. August 2013 veröffentlichte die Bild-Zeitung einen Artikel mit der Überschrift „Die Grünen wollen uns das Fleisch verbieten!“, <http://www.bild.de/politik/inland/vegetarisch/gruene-wollen-einmal-die-woche-in-kantinen-fleisch-verbieten-31661266.bild.html> (Abruf am 21. Oktober 2015), was eine breitere mediale Diskussion auslöste.

*Abbildung 9: Entwicklung der Wahlausicht für Die Linke vor der Bundestagswahl 2013
(in Prozent)*



Quelle: Eigene Darstellung.

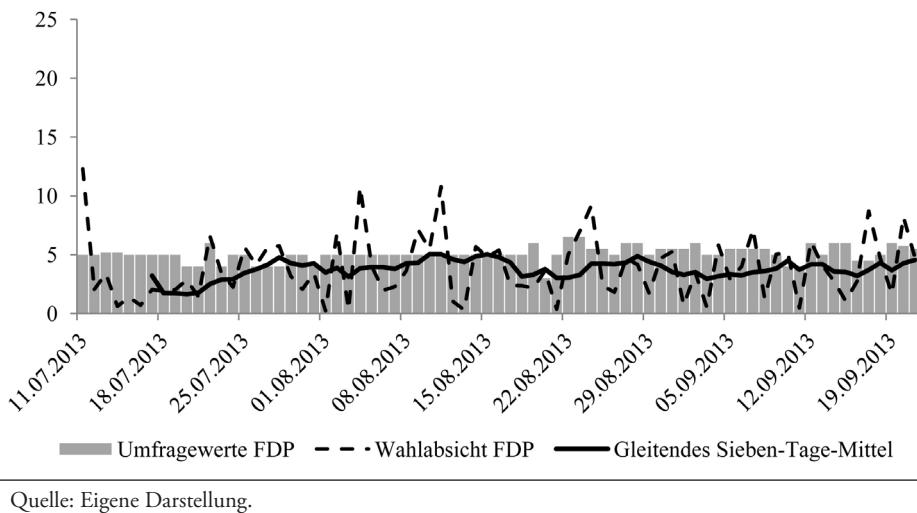
*Abbildung 10: Entwicklung der Wahlausicht für Die Grünen vor der Bundestagswahl 2013
(in Prozent)*



Quelle: Eigene Darstellung.

lem ab Ende August ausmachen; hier scheint in einigen Phasen eine Parallelität der Entwicklungen gegeben zu sein. Bei genauerer Betrachtung muss konstatiert werden, dass sich in diesem Fall detailliertere Untersuchungen beziehungsweise Wirkungsanalysen für die letztendliche Wahlentscheidung lohnen würden. So folgen auf einige Hochs in den veröffentlichten Umfragewerten Anstiege in der Wahlabsicht, und dementsprechend setzen auch die Tiefs zeitverzögert nach einem Rückgang in den Umfrageergebnissen ein. Eine Beein-

**Abbildung 11: Entwicklung der Wahlausicht für die FDP vor der Bundestagswahl 2013
(in Prozent)**



Quelle: Eigene Darstellung.

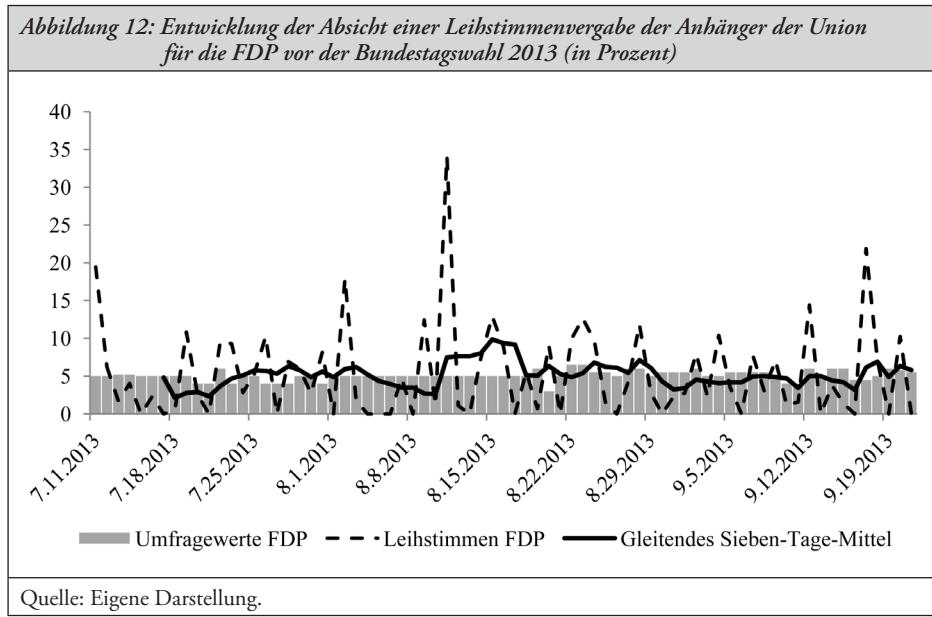
flussung durch die veröffentlichten Wahlumfragen ist somit nicht auszuschließen. Diese ließe sich jedoch weder auf einen klassischen Bandwagon- noch auf den Underdog-Effekt zurückführen. Sie stellt eine Orientierung an einer zunehmend negativen Beurteilung der Partei in der öffentlichen Meinung dar und könnte somit als negativer Bandwagon-Effekt beschrieben werden.

Abbildung 11 zeigt bezüglich der Wahlausicht für die FDP sehr starke Schwankungen mit eindeutigen Ausschlägen zwischen den Tagen (zwischen 0,4 und 12,3 Prozent). Aus dem gleitenden Sieben-Tage-Mittel ist jedoch nur schwer eine generelle Tendenz abzulesen. Es lässt sich höchstens ein geringer Anstieg Ende Juli 2013 ausmachen sowie ein minimaler Zuwachs in den Tagen vor der Wahl. Die Entwicklung der veröffentlichten Umfragewerte verlief ähnlich. Diese liegen relativ stabil bei etwa fünf Prozent (vgl. Abbildung 3), zum Wahltag hin sogar knapp darüber. Anhand des Vergleichs mit der Wahlausicht zugunsten der FDP wird dennoch deutlich, dass diese die Prognosen in den Umfragen so gut wie nie erreicht. Auch kurz vor der Wahl kam es nur zu einem geringfügigen letzten Aufschwung in der geplanten Stimmabgabe. Ein Fallbeil-Effekt lässt sich hier demnach nicht erkennen. Eventuell ist genau das auf die veröffentlichten Umfragen zurückzuführen. Möglich ist folgendes Szenario: Hätten die Institute die FDP auch kurz vor der Wahl knapp unterhalb der Fünf-Prozent-Hürde dargestellt, hätte dies eventuell die Vergabe von Leihstimmen vermehrt hervorgerufen oder auch eigentlich enttäuschte Wähler zurückholen können.⁶⁶ So entstand stattdessen möglicherweise der Eindruck, dass die Partei es gerade noch schaffen könnte. Darüber hinaus muss mit Blick auf potentielle Leihstimmen von Unions-Anhän-

66 Anhand von Experimenten vor der Bundestagswahl 2013 kann Sascha Huber genau das zeigen. Je weiter die prognostizierten Umfragewerte für die FDP von der Fünf-Prozent-Hürde entfernt sind, desto eher wird die Vergabe einer Leihstimme beabsichtigt. Vgl. ders., a.a.O. (Fn. 43).

gern berücksichtigt werden, dass *Angela Merkel* nach dem Ergebnis der Landtagswahl in Niedersachsen im Januar 2013 für die Bundestagswahl eine Leihstimmenkampagne deutlich abgelehnt hatte.⁶⁷

Dass die Absicht, eine Leihstimme abzugeben, nicht zunahm, macht die nächste Analyse deutlich (vgl. Abbildung 12). Von einer Leihstimme für die FDP kann ausgegangen werden, wenn bekundet wird, die Erststimme für die Union und die Zweitstimme für die FDP abgeben zu wollen und darüber hinaus eine Parteineigung für die Union besteht. Betrachtet man die Entwicklung dieses Stimmensplittings über den Erhebungszeitraum der RCS-Daten, wird kein eindeutiger Trend zum Wahltag hin deutlich.⁶⁸ Das gleitende Sieben-Tage-Mittel zeigt Mitte August einen Zuwachs der beabsichtigten Leihstimmenvergabe, der jedoch wieder nahezu auf das Ausgangsniveau von unter fünf Prozent absinkt.⁶⁹



von vermeintlichen Leihstimmen stabil, was noch einmal unterstreicht, dass die meisten Anhänger der Union nicht am Erfolg der FDP gezweifelt haben – oder grundsätzlich nicht bereit waren, den Liberalen ihre Stimme zu leihen. Auch *Sascha Huber* weist in seinen Analysen nach, dass es 2013 Wähler gab, die aufgrund strategischer Koalitionsüberlegungen für die FDP votierten, allerdings nur, wenn sie deren Einzug in den Bundestag als unsicher eingeschätzt hatten.⁷⁰

5. Fazit: Mögliche Beeinflussbarkeit des Willensbildungsprozesses der Wähler durch Wahlumfragen

Bevor sich Umfragewirkungen auf die Wahlabsicht zeigen lassen, müssen diese von den Wählern wahrgenommen und verarbeitet werden (kognitive Wirkungen). Die Erwartungen einer schwarz-gelben oder einer Großen Koalition zeigten in den Wochen vor der Bundestagswahl nur eine geringe Dynamik. Die Union wurde stabil und eindeutig in der Regierung gesehen. Dies ist möglicherweise auf die kontinuierlich guten Werte der Partei in den Umfragen zurückzuführen. Für die FDP lagen die Erwartungen einer Regierungsbeteiligung auf einem noch relativ hohen Niveau, waren aber von Unsicherheiten geprägt. Die sich zeigenden Schwankungen können jedoch anhand der vorliegenden Betrachtungen nicht direkt auf die veröffentlichten Umfragewerte der Partei zurückgeführt werden, da sich die Variation hier nicht abzeichnet. In den letzten drei Wochen vor der Wahl stieg der Anteil derer, die von einer Regierungsbeteiligung der SPD ausgingen. Kurz zuvor lässt sich eine geringfügige Zunahme in den veröffentlichten Umfragewerten erkennen. Dennoch ist anzunehmen, dass der Anstieg der Erwartung ebenso den stabil schlechten Umfrageergebnissen der FDP und den abnehmenden Umfragewerten der Grünen geschuldet war, wodurch eine Große Koalition wahrscheinlicher wurde. Kognitive Wirkungen der Umfragen auf die Erwartungen für die Regierungsbildung lassen sich demnach teilweise ablesen; sie zeigen sich allerdings nicht so eindeutig wie in den Analysen zu vorherigen Bundestagswahlen.⁷¹

Als Grundlage für strategische Wahlentscheidungen wurden auch die Entwicklungen der wahrgenommenen Einzugswahrscheinlichkeit kleinerer Parteien analysiert, wobei die FDP aufgrund ihrer unsicheren Situation in den Vorwahlumfragen im Vordergrund stand. Da die AfD eine neue und direkte Konkurrenz darstellte, wurde sie auch in die Analyse einbezogen. Für die FDP sank der Anteil derer, die noch an den Einzug in den Bundestag glaubten, in den letzten Tagen vor der Wahl deutlich. Die Frage, ob diese Abnahme auf die stabil schlechten Umfragewerte zurückgeführt werden kann, lässt sich aufgrund dieser Stabilität nicht eindeutig beantworten. Für die AfD nahm die Einzugswahrscheinlichkeit in den letzten vier Wochen vor der Wahl deutlich zu; dem ging jedoch eine moderate Erhöhung in den Umfragewerten voraus, was für eine kognitive Beeinflussung der Wähler spricht. Aufgrund zu geringer Fallzahlen an den einzelnen Tagen konnten weitere Analysen mit Blick auf die Wahlabsicht für die AfD nicht durchgeführt werden.

70 Vgl. *Sascha Huber*, a.a.O., (Fn. 56), S. 307.

71 Vgl. *Hanna Hoffmann*, a.a.O. (Fn. 47).

Für die Frage, ob die Wahlabsicht vor dem Hintergrund des Dealignments stärker durch kurzfristige Ereignisse und damit auch durch veröffentlichte Umfrageergebnisse beeinflusst wird, kann auf die Bandwagon- und Underdog-Hypothese zurückgegriffen werden. Die Entwicklungen für die Union könnten im Sinne der Bandwagon-Hypothese interpretiert werden. Kurz vor der Wahl ist ein deutlicher Anstieg in der Wahlabsicht für die Union zu beobachten. Dem ging zwar kein weiterer Zugewinn in den Umfragen voraus, jedoch verzeichnete die CDU/CSU dort kontinuierlich die höchsten Zustimmungswerte. Wenn die Entscheidungen zu einem relativ späten Zeitpunkt im Wahlkampf auf Basis von so genannten information shortcuts getroffen werden – und in diesem Fall stellt die Orientierung an der Mehrheitsmeinung den shortcut dar – dann könnte genau dies die dargestellten Entwicklungen für die Union begünstigt haben. Eine Umfragewirkung im Sinne der Underdog-Hypothese lässt sich an den vorhandenen Daten nicht ablesen; lediglich bei den Grünen wäre dies möglich gewesen. Gezeigt hat sich allerdings ein gegenteiliger Effekt, da die Wahlabsicht für die Partei zum Wahltag hin ebenfalls abnahm. Für eine genauere Klärung sind detailliertere Untersuchungen beziehungsweise Wirkungsanalysen für die letztendliche Wahlentscheidung notwendig. Mit Blick auf strategisches Wahlverhalten wäre ein Fallbeispiel für die FDP zu erwarten gewesen. Die Wahlabsicht für die Partei sowie ihre Umfragewerte verliefen jedoch relativ parallel im Wahlkampf, so dass diese Wirkung nicht nachweisbar ist. Eine mögliche Ursache hierfür liegt im Zeitpunkt des Absinkens der Partei unter die Fünf-Prozent-Hürde lange vor dem Wahlkampf 2013, denn die deutlichsten Entwicklungen ergaben sich bereits 2010 sowie 2011⁷² und können in der vorliegenden kurzfristigen Perspektive nicht abgebildet werden. Die stabil niedrigen Umfragewerte haben des Weiteren auch keine steigende Absicht der Vergabe von Leihstimmen durch die Unions-Anhänger hervorgerufen. Weitere Analysen müssen zeigen, ob sich diese zu sicher waren, dass die FDP den Einzug in den Bundestag noch schaffen würde, oder ob dies Ausdruck einer rückläufigen Präferenz für eine schwarz-gelbe Koalition ist.⁷³

Insgesamt muss festgehalten werden, dass die prognostizierten Umfragewerte in der Wahlkampfberichterstattung häufiger wenig Variation aufwiesen und dadurch kaum Wirkungsanalysen im Verlauf des Wahlkampfes anhand der vorliegenden Daten ermöglichen. Ohne eine Veränderung in den Umfragewerten lassen sie sich hier nicht als Erklärungsfaktor für veränderte Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs oder eine veränderte Wahlabsicht modellieren. Gleichwohl ist auch eine Wirkung konstanter Umfrageergebnisse nicht auszuschließen. Inwiefern stabil gute oder stabil schlechte Umfragewerte den Willensbildungsprozess beeinflussen, kann hier letztendlich jedoch nicht überprüft werden.

72 Vgl. Ina Bieber / Sigrid Rößteutscher / Philipp Scherer, Die Wähler der Kleinparteien, in: Rüdiger Schmitt-Beck / Hans Rattner / Sigrid Rößteutscher / Bernhard Wefels / Christof Wolf u.a. (Hrsg.), a.a.O. (Fn. 37), S. 155 – 167.

73 Sascha Huber konnte diese Erklärungen in seinen Analysen bereits nachweisen. Vgl. ders., a.a.O. (Fn. 43 und 56).