

Wahlforschung: sind Ergebnisse noch prognostizierbar?


OGM

Österreichische Gesellschaft für Marketing

+43 1 50 650-0; Fax - 26

office@ogm.at

www.ogm.at

 @ogm_at folgen

DIE MEINUNGSFORSCHER HABEN WIEDER VERSAGT I

Publizierte Wahlumfragen?

- Hochschätzung der sogenannten Sonntagsfrage
- Zeitpunkt der Befragung, da Befragungen immer nur Momentaufnahmen darstellen können
- Zusammenspiel mit Medien, Hintergrundinformationen durch Medien
- Interpretation durch Medien

Beeinflussen Umfragen die Wahlergebnisse?

- Bandwagon-Effekt
- Underdog-Effekt

DIE MEINUNGSFORSCHER HABEN WIEDER VERSAGT II

82 % aller veröffentlichten Wahlumfragen in Österreich seit 2013
lagen innerhalb der Schwankungsbreite

Wahl	innerhalb Schwankungsbreite
NRW13	97,80%
Wien 2015	94,44%
Oberösterreich 2015	89,58%
Burgenland 2015	85,71%
EU Wahl 2014	83,33%
Vorarlberg 2014	75,00%
Steiermark 2015	72,50%
Villach 2015	66,67%
BPW16	63,89%
KLU2015	55,56%

Quelle: neuwal.com

WAS SIND WAHLPROGNOSEN?

Unterscheidung:

Wahlumfragen/Momentaufnahmen/Hochschätzungen:

Befragungen vor der Wahl mit dem Ziel der Vorhersage des Wahlergebnisses.

Wahltagsbefragungen:

Befragungen am Tag der Wahl. Befragt werden ausschließlich Personen, die an der betreffenden Wahl bereits teilgenommen haben.

Hochrechnung:

am Tag der Wahl wird aufgrund bereits vorliegender Ergebnisse bestimmter Gemeinden auf die Gesamtbevölkerung hochgerechnet. Dieses Verfahren beruht nicht auf Befragungen, sondern auf tatsächlichen Auszählungsergebnissen.

HERAUSFORDERUNGEN IN DER WAHLFORSCHUNG I

Allgemeine Schwankungsbreiten

- Die Schwankungsbreite hängt von der Samplegröße ab und wird kleiner, je größer das Sample ist.
- Problem: oft wird die Schwankungsbreite oder nur unzureichend ausgewiesen

Last Minute-Switchers

- Personen, die sich kurz vor der Wahl umentscheiden; Beeinflussung meist auch durch externe Faktoren
- Problem: eine Woche vor der Wahl werden Umfragen nicht mehr veröffentlicht

Last Minute-Deciders

- Personen, die sich überhaupt erst kurz vor dem Wahltag, wenn nicht gar in der Wahlkabine selbst entscheiden
- Problem: eine Woche vor der Wahl werden Umfragen nicht mehr veröffentlicht

Medienwirksame Ereignisse kurz vor dem Wahltermin

- Problem: können nicht mehr eingefangen werden

HERAUSFORDERUNGEN IN DER WAHLFORSCHUNG II

Anzahl der Nichtdeklarierten

- in jeder Stichprobe findet man eine gewisse Anzahl an Personen, die sich nicht über ihre politische Wahlabsicht äußern wollen
- Problem: diese müssen auf die Deklarierten „hochgerechnet“ werden

Falsch-Deklariierer

- Personen, die eine Partei wählen wollen, aber aus unterschiedlichen Gründen (meist soziale Unerwünschtheit) absichtlich bei der Sonntagsfrage eine andere Partei nennen)
- Problem: diese müssen auf die Deklarierten „hochgerechnet“ werden

Waver

- Personen, die sich vor den Wahlen immer wieder, also öfter, für eine andere Partei umentscheiden
- Problem: diese müssen auf die Deklarierten „hochgerechnet“ werden

QUALITÄTSKRITERIEN ODER DIE INTERPRETATION EINER WAHLUMFRAGE I

1. Name des Auftraggebers der Studie
2. Name des/der durchführenden Institut(e)
3. Untersuchungszeitraum
4. Befragungs-Methode (telefonisch, persönlich, mixed mode)
5. Genauer Wortlaut der Fragen
6. Genaue Beschreibung der Zielgruppe der Studie

QUALITÄTSKRITERIEN ODER DIE INTERPRETATION EINER WAHLUMFRAGE II

7. Stichprobengrundlage (Daten-Basis)
8. Stichproben-Methode: Zufalls- vs. Quotenstichprobe
9. Stichprobengröße – branchenintern wird Minimumstichprobengröße von zumindest 800 Interviews gefordert
10. Anzahl der Personen, die in der Sonntagsfrage eine Partei genannt haben (=Anzahl der Deklarieren)
11. Schwankungsbreite auf Basis der Deklarieren in der Rohstichprobe
12. Angewendete Gewichtungungsverfahren
13. Angabe der Fallzahlen der veröffentlichten Subgruppen
14. Darstellung der Ergebnisse („Lügen mit Statistik“)

AUSBLICK BUNDESPRÄSIDENTENWAHL

Und wie geht jetzt die Bundespräsidentenwahl aus?

Kopf-an-Kopf



Zeitpunkt der Befragung

Themenlage

Wahlbeteiligung