

Ist die Veröffentlichung von Vorwahlumfragen schädlich für kleinere Parteien? Eine Untersuchung anhand eines Online-Experiments zur nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2012

Dipl. Soz. Hanna Hoffmann^{1/}
Prof. Dr. Ulrich Rosar²

Einleitung

Seit den Ursprüngen der Umfrageberichterstattung wird davon ausgegangen, dass die Ergebnisse von Vorwahlumfragen das Potential haben, die Wähler³ in ihrer Entscheidungsfindung zu beeinflussen. Als besonders prekär wird dabei herausgestellt, dass die Bürger heutzutage vor einer Wahl eine besonders hohe Kontaktwahrscheinlichkeit bezüglich solcher Umfrageergebnisse haben, da die Häufigkeit ihrer Durchführung und die Dichte ihrer Veröffentlichungen stetig zugenommen hat. Somit liegt – so die Kritiker – auch eine erhöhte Wahrscheinlichkeit der Beeinflussung vor. In einigen der Wirkungsanahmen zu Vorwahlumfragen wird davon ausgegangen, dass bestimmte Parteien aufgrund der veröffentlichten Ergebnisse bevorteilt und andere benachteiligt werden. So geht etwa die sogenannte Fallbeil-Hypothese davon aus, dass die Anhänger kleinerer Parteien diesen Parteien ihre Stimme entziehen könnten, sobald die Vorwahlumfrageergebnisse den Eindruck vermitteln, dass die Partei an einer Sperrklausel scheitern könnte. Die Leihstimmen-Hypothese geht dage-

gen davon aus, dass kleinere Parteien in dieser Situation Unterstützung von Personen – in Form geliehener Stimmen – erhalten, die eigentlich einer der größeren Parteien zuneigen. Im Vorfeld der vorgezogenen Neuwahlen in Nordrhein-Westfalen im Frühjahr 2012 sah es nach den Ergebnissen der Vorwahlumfragen für die FDP und Die Linke über einen langen Zeitraum so aus, als könnten sie an der im nordrhein-westfälischen Wahlrecht vorgesehenen Fünf-Prozent-Sperrklausel scheitern. Es stellt sich die Frage, ob sich nachweisen lässt, dass sich potentielle Wähler dieser Parteien aufgrund der Unsicherheit des Einzugs in den Landtag gemäß einem Fallbeil-Effekt von den Parteien abwenden. Oder profitieren die Parteien gar umgekehrt von der prognostizierten Unsicherheit des Einzugs, da Wähler, die eigentlich den größeren Parteien zuneigen, dem potentiellen Koalitionspartner ihrer Wunschkoalition zum Sprung über die Sperrhürde verhelfen möchten?⁴

Die vorgezogenen Neuwahlen waren Anlass für eine Online-Experimentalstudie zur Erhebung der politischen Einstellungen und Wahlabsichten der nordrhein-westfälischen Bürger vor der Wahl, die unter anderem die Untersuchung der

¹ Die Verfasserin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Sozialwissenschaften (Soziologie II) an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

² Der Verfasser ist Inhaber des Lehrstuhls Soziologie II am Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

³ Aus Gründen der sprachlichen Vereinfachung benutzen wir in dieser Abhandlung durchgängig das generische Maskulinum. Die weibliche Form ist jedoch stets mitgedacht.

⁴ Ein Sonderfall dieses taktischen Votierens kann darin bestehen, dass einer kleineren Partei zum Einzug ins Parlament verholfen werden soll, um eine unerwünschte Koalition zu verhindern. Bei der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2012 war beispielsweise lange Zeit unklar, ob sich das schwarz-gelbe oder das rot-grüne Lager einen Vorsprung sichern könnte. Hätte Schwarz-Gelb am Ende vorne gelegen, so hätte der Vorsprung schon rein numerisch relativ deutlich ausfallen müssen, um auch die Regierung zu stellen, wenn Die Linke den Einzug in den Landtag geschafft hätte. Umgekehrt hätte gegolten, dass Rot-Grün beim Einzug der Linkspartei gegebenenfalls noch nicht einmal eine relative Stimmenmehrheit hätte haben müssen, um die Regierung bilden zu können, da die Tolerierung einer rot-grünen Minderheitsregierung durch Die Linke – wie in der vorangegangenen Legislaturperiode – zumindest eine realistische Option gewesen wäre. Aus Gründen der vereinfachten und damit besser verständlichen Darstellung werden wir auf diesen Sonderfall im Folgenden nicht explizit eingehen. Er ist jedoch stets als Spezialfall mitgedacht, wenn davon die Rede ist, dass Wähler aus taktischen Gründen eine Partei wählen, deren Einzug ins Parlament unsicher ist, um eine bestimmte, von ihnen gewünschte Regierungskoalition herbeizuführen.

formulierten Fragestellung erlaubt. Im Folgenden wird zunächst der theoretische Hintergrund zu den Annahmen der Wirkungen von Vorwahlumfragen im Überblick erläutert. Dies impliziert die Darstellung der Forschungshypothesen. Da schlussendlich Effekte auf das Wahlverhalten untersucht werden sollen, werden diese im Weiteren im Rational-Choice Ansatz zur Erklärung des Wahlverhaltens verortet. Darauf aufbauend wird der Forschungsstand zur Wirkung von Vorwahlumfragen anhand experimenteller Designs dargestellt. Der empirische Teil enthält die Erläuterung des Untersuchungsdesigns und der Datenbasis sowie die Diskussion der daraus gewonnen empirischen Befunde. Die Ergebnisse werden abschließend zeigen, ob sich anhand des Online-Experiments Wirkungen von Vorwahlumfragen auf die Wähler kleinerer Parteien nachweisen lassen.

Wirkungen von Vorwahlumfragen auf Wähler

Vorwahlumfragen müssen sich seit ihrer Einführung mit verschiedenen Kritiken auseinandersetzen. Diese reichen vom Zweifel an ihrer Prognosequalität bis hin zu Vorwürfen bezüglich der Wählermanipulation (Hilmer 2009; Brettschneider 1997). Den Kern der Diskussion zu Umfragen bildet seit den Anfängen die Frage, ob sie das Stimmungsbild in der Gesellschaft realitätsgetreu abbilden und damit eine Orientierungsfunktion einnehmen können oder ob dem nicht so ist und sie ihre Rezipienten eher fehlleiten. In den letzten Jahren wird zusätzlich zu der bereits bestehenden Kritik die Art und Weise der Berichterstattung zu den Ergebnissen von Vorwahlumfragen beanstandet. Denn diese hat sich mit dem Wandel von Wahlkämpfen ebenfalls verändert. Sie gleicht immer mehr der Berichterstattung zu sportlichen Wettkämpfen. Redewendungen wie Kopf-an-Kopf-Rennen oder auch Verfolgungsjagd und Herzschlagfinale werden immer häufiger aufgegriffen (Brettschneider 2000: 484; vgl. auch Iyengar/Simon 2000; Bartels 1988). Im Englischen wird diese Art der Berichterstattung als „horse race journalism“ (Schoen 2002) bezeichnet, der sich in erster Linie dadurch auszeichnet, dass die Aufmerksamkeitserregung im Vordergrund steht und wichtige Informationen

über die Qualität der Daten in den Hintergrund treten (Patterson 1980: 43ff.; vgl. auch Brettschneider 2000). Im Zusammenspiel mit dem Prozess der abnehmenden Parteibindungen, dem sogenannten Partisan-Dealignment (Dalton 1984; Dalton et al. 1984; Dalton/Rohrschneider 1990; Dalton/Wattenberg 2000), wird kurzfristigen Ereignissen im Wahlkampf und damit auch der Veröffentlichung von Vorwahlumfrageergebnissen ein größeres Beeinflussungspotential zugeschrieben. So wird bezüglich der Wirkung von Vorwahlumfragen ergänzend davon ausgegangen, dass die Entscheidungen der Wähler in zunehmendem Maße nicht mehr nur auf ihren individuellen Präferenzen basieren, sondern dass bei der Entscheidungsfindung ebenfalls berücksichtigt wird, welches Verhalten die anderen Wähler mutmaßlich zeigen werden (Irwin/van Holsteyn 2002: 92). Die auf Vorwahlumfragen basierenden Erwartungsbildungen werden durch einen kognitiven Wirkungsprozess beschrieben, bei dem davon ausgegangen wird, dass die Veröffentlichung von Vorwahlumfragen zuallererst die Bildung spezifischer Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs ermöglicht (Schoen 2002; Schmitt-Beck 1996; Bartels 1988; Donsbach 1984). Demnach ist die Wahrnehmung der Umfragen sowie die kognitive Verarbeitung dieser Informationen eine notwendige Voraussetzung für weitere Wirkungen, welche sich in den Reaktionen der Wähler äußern (Hopmann 2010). Die Ergebnisse von Meinungsumfragen stellen dabei, trotz aller Qualitätskritik, die verlässlichste und objektivste Quelle für das Abbild der öffentlichen Meinung dar, da die Erkenntnisse aus dem persönlichen Umfeld stärkeren Verzerrungen unterliegen. Grundsätzlich muss berücksichtigt werden, dass der kognitive Wirkungsprozess auch ohne Folgen, das heißt ohne jegliche Reaktionen, bleiben kann. Es ist plausibel, anzunehmen, dass die Informationen aus den Umfrageergebnissen oder auch generell aus den Medien wahrgenommen und verarbeitet werden, die eigenen Einstellungen und Verhaltensabsichten jedoch unberührt bleiben (Irwin/van Holsteyn 2002), womit es eben nicht zu dem teilweise befürchteten schädlichen Einfluss kommen würde. Im Grunde handelt es sich hierbei um die alles entscheidende Frage, ob Vorwahlumfragen tat-

sächlich die ihnen zugeschriebene Manipulationsmacht entfalten oder nicht.

Für die Wirkungsannahmen bezüglich der tatsächlichen Veränderung von Einstellungen oder Verhaltensabsichten wurden verschiedene Forschungshypothesen formuliert. Grundlegend entwickelt wurden sie in den frühen Studien zu Umfragewirkungen (siehe Donsbach 1984; Noelle-Neumann 1980; de Bock 1976; Lupri 1969; Gallup 1965; Simon 1954; Gallup/Rae 1940). Dabei handelt es sich um relativ unstrukturierte ad hoc Annahmen zu Einflussmechanismen, die unterschiedlich stark theoretisch fundiert sind (Hopmann 2010; Mutz 1998, 1994). Der am häufigsten zitierte und auch untersuchte Effekt von Umfragen wird in der Bandwagon-Hypothese beschrieben. Diese besagt, dass der durch die Vorwahlumfragen suggerierte Gewinner der Wahl weitere Wählerstimmen auf sich zieht, da Menschen bevorzugt auf der Seite des Gewinners stehen. Die Underdog-Hypothese ist das Pendant zur Bandwagon-Hypothese. Sie geht davon aus, dass der durch die Vorwahlumfragen suggerierte Verlierer der Wahl weitere Wählerstimmen für sich gewinnen kann (Simon 1954; Hardmeier 2008). Als Erklärung hierfür wird angeführt, dass die Wähler Mitleid mit der zurückliegenden Partei empfinden (Gallus 2002). Es wird deutlich, dass es sowohl eine Erklärung für die Zustimmung zur stärkeren Seite als auch eine Erklärung für die Zustimmung zur schwächeren Seite gibt und demnach eine Paarung von Effekten vorliegt.

Für die Wirkungen von Vorwahlumfragen auf die Wahlbeteiligung existiert ebenfalls ein Hypothesenpaar, das zum einen von Wirkungen eines scheinbar eindeutigen Wahlergebnisses ausgeht, und zum anderen von Wirkungen eines noch weitestgehend offenen Endergebnisses beziehungsweise engen Wettkampfes zwischen den Parteien. Es wird angenommen, dass die Prognose eines knappen Wahlergebnisses eine höhere Wahrscheinlichkeit der Wahlteilnahme nach sich zieht, da der Wähler dann in stärkerem Maße davon ausgehen kann, dass seine Stimme entscheidend sein könnte. Formuliert wird diese Annahme in der Mobilisierungs-Hypothese (Sudman 1986). Der umgekehrte Fall, die so genannte Be-

quemlichkeits-Hypothese, besagt, dass bei einem relativ eindeutig erscheinenden Wahlergebnis die Wähler aufgrund der Wahrnehmung einer fehlenden Einflussmöglichkeit den Urnengang nicht tätigen (Gallus 2002). Damit führen die veröffentlichten Ergebnisse von Vorwahlumfragen zu einer Demobilisierung der Wählerschaft (Robinson 1937). Aus dieser Annahme resultieren zwei weitere speziellere Ausführungen beziehungsweise Unterhypothesen, welche zwischen den Anhängern des vermeintlichen Verlierers (Defätismus-Hypothese) und des vermeintlichen Gewinners (Lethargie-Hypothese) unterscheiden, und praktisch jeweils eine Erklärung für das Fernbleiben der Anhänger liefern.

In Mehrparteiensystemen, wie sie sich in Deutschland auf allen politischen Ebenen finden, bestehen für kleinere Parteien beim Vorliegen einer Sperrklausel noch einmal andere Bedingungen – oder genauer gesagt: Restriktionen – aus denen sich dementsprechend spezifische Wirkungsannahmen formulieren lassen. So geht die auf Reumann (1983) zurückgehende *Fallbeil-Hypothese* davon aus, dass Wähler, die ihre Stimme eigentlich einer kleineren Partei geben wollen, dieser Partei ihre Stimme entziehen, sobald die Vorwahlumfragen den Eindruck vermitteln, dass die Partei den Einzug ins Parlament nicht schaffen könnte. Stattdessen geben sie ihre Stimme einer der größeren Parteien, die ihrer Position am nächsten kommt und damit das geringere Übel darstellt (Reumann 1983). Hierbei handelt es sich nicht um eine Veränderung der Einstellung, sondern um taktisches Wählen. Für die Erklärung des taktischen Wählens kann die *wasted-vote*-These (Schoen 2002, 1999; Cox 1997) herangezogen werden, die besagt, dass Wähler es grundsätzlich vermeiden wollen, ihre Stimme zu vergeuden. Dies wäre aber genau dann der Fall, wenn die eigentlich präferierte Partei an der Sperr-Hürde scheitert, denn dann zählt die vergebene Stimme für das Wahlergebnis nicht mehr (Brettschneider 1992).

Auf der anderen Seite könnten kleinere Parteien auch von einem prognostizierten Scheitern an der Sperrklausel profitieren: Die *Leihstimmen-Hypothese* formuliert eine vermutete Wirkung von Vorwahlumfrageergebnissen auf das Splitting

von Erst- und Zweitstimme, das einer kleineren Partei entgegen der oben beschriebenen Hypothese über die Sperr-Hürde helfen könnte (Hopmann 2010; Gallus 2002). Dabei wird angenommen, dass die Anhänger größerer Parteien ihre Stimme beispielsweise an den kleineren potentiellen Koalitionspartner ‚ausleihen‘, um die gewünschte Regierungskoalition realisieren zu können und damit den Nutzen ihrer Stimmvergabe sichern (Meffert/Gschwend 2011: 641). Aufrufe für diese Form des taktischen Wählens finden sich in den letzten Jahren auch immer wieder in Wahlkampagnen der kleineren Parteien, die durch eine sogenannte Zweitstimmenkampagne die Anhänger des größeren potentiellen Koalitionspartners ansprechen wollen. So warben die Grünen bei den vorgezogenen Landtagswahlen in Nordrhein-Westfalen 2012 in ihrer Zweitstimmenkampagne mit dem Slogan „Jede Kraft braucht einen Antrieb“ um die Anhänger der SPD. Auch die FDP warb in demselben Wahlkampf um die Zweitstimmen der Wähler, wobei damit traditionell vor allem die CDU-Anhänger angesprochen werden sollten. Sie setzten dabei zusätzlich auf einen Kandidateneffekt Christian Lindners, da sie den Slogan „Zweitstimme ist Lindner-Stimme“ plakatierten.

Verortung der Wirkung von Vorwahlforschung im Rational-Choice Ansatz zur Erklärung des Wahlverhaltens

Da der Fallbeil- sowie der Leihstimmen-Effekt mit der *wasted-vote*-These begründet werden können und damit rationales Wahlverhalten hervorrufen, lassen sich beide Effekte im Rational-Choice Ansatz zur Erklärung des Wahlverhaltens verorten. Ausgangspunkt sind hier theoretische Überlegungen dazu, an welcher Stelle im Entscheidungsfindungsprozess Wirkungen veröffentlichter Umfrageergebnisse anzunehmen sind.

Der Rational-Choice Ansatz zur Erklärung des Wahlverhaltens legt das Menschenbild des *homo oeconomicus* zugrunde. Das heißt, bei der Wahlentscheidung ist das Ziel der Wähler die individuelle Nutzenmaximierung (Bürklin/Klein 1998). Der Rational-Choice Ansatz zur Erklärung des Wahlverhaltens geht auf Downs' Arbeit „An

economic theory of democracy“ (1957) zurück. Er geht von einem politischen Markt aus, auf dem sich die Parteien auf der Angebotsseite mit ihren Ideologien und politischen Positionen zum Wahlkampf stellen und die Wähler auf der Nachfrageseite die Chance haben, abzuwägen, durch welches politische Angebot sie wohl am ehesten ihre politischen Ziele verwirklichen und damit ihren Nutzen maximieren können. Die notwendigen Informationen über die Angebote der Parteien und Politiker beziehen die Wähler einerseits aus direkten Wahlkampfkontakten, größtenteils jedoch aus der Medienberichterstattung. Eine generelle Medienwirkung setzt demnach auf der Akteursebene bei der Kosten-Nutzen-Abwägung ein.

Huber et al. (2009) arbeiten heraus, dass in rationalen Entscheidungen Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs einbezogen werden und damit in Bezug auf Umfragewirkungen ein kognitiver Wirkungsprozess vorausgesetzt werden kann (siehe auch Meffert et al. 2011). Dies lässt sich in der Rational-Choice-Theorie anhand des Aspekts der Eintrittswahrscheinlichkeiten von Handlungsfolgen abbilden. Die Idee der Eintrittswahrscheinlichkeiten ist in der Wert-Erwartungstheorie begründet (vgl. Esser 2002). Demnach handelt der rationale Akteur nicht nur nach seiner Präferenzordnung, sondern auch danach, welche Präferenz am ehesten realisierbar scheint. Er entscheidet sich für die Handlungsalternative, bei der die erwünschten Folgen maximal wahrscheinlich eintreten und somit würde ein rationaler Wähler nicht zwingend die primär präferierte Partei wählen, sondern die taktisch optimierte. Die Theorie geht davon aus, dass der Akteur in der Lage ist, für jede Handlungsalternative abzuschätzen, wie wahrscheinlich die gewünschten Folgen eintreten. So wird jeder Nutzenterm (U) einer Handlungsalternative mit der Eintrittswahrscheinlichkeit (p) dieser Alternative gewichtet und daraus entsteht dann der Erwartungsnutzen: $E(U) = p \cdot U$. Für eine sichere Einschätzung wäre vollständige Information notwendig, welche in den seltensten Fällen besteht, weshalb die Erwartungen meist als unsicher eingestuft werden müssen (Esser 2002: 254). Trotz dieser Einschränkung wird davon ausgegangen,

dass am Ende die Handlungsalternative gewählt wird, bei der der erwartete Nutzen maximal wahrscheinlich ist. Niedrige Eintrittswahrscheinlichkeiten können als Handlungsrestriktionen beschrieben werden. Bei einer geringen Wahrscheinlichkeit des Eintritts der erwarteten Folgen wird der rationale Akteur die entsprechende Alternative nicht wählen (*wasted vote*-These). An dieser Stelle kommen wiederum die Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs ins Spiel, denn diese werden benötigt, um Eintrittswahrscheinlichkeiten zu bilden (Huber et al. 2009: 261). Erwartungen über den Wahlausgang können die Akteure vor allem aus der Medien- und Umfrageberichterstattung entwickeln, denn die Berichterstattung spiegelt die aktuelle gesellschaftliche Stimmungslage wider und daraus ist abzulesen, wie sich andere Wähler wahrscheinlich entscheiden werden. Umfrageeffekte im Rational-Choice Ansatz zur Erklärung des Wahlverhaltens lassen sich demnach als Einflussfaktor auf den *p*-Term modellieren. Nach einem vorgelagerten kognitiven Wirkungsprozess kann die beeinflusste Erwartungsbildung zu taktischem Wahlverhalten führen. Denn der rationale Akteur leitet aus den Stimmverteilungen der veröffentlichten Vorwahlumfragen die Eintrittswahrscheinlichkeiten der einzelnen Handlungsalternativen ab und entscheidet sich am Ende für die Alternative mit dem höchsten persönlichen Nutzen.

Im Sinne des Fallbeil-Effekts führen die veröffentlichten Vorwahlumfragen dazu, dass die Eintrittswahrscheinlichkeit des Einzugs der kleinen Partei als zu gering eingestuft wird und die Wahl auf eine taktisch bessere Alternative fällt. Vergleichbares gilt für den Leihstimmen-Effekt. Dieser tritt dann ein, wenn die veröffentlichten Vorwahlumfragen den Sieg der gewünschten Regierungskoalition in Frage stellen, da der Parlamenteinzug des kleineren Koalitionspartners nicht gesichert ist. Für die Anhänger des größeren Partners entsteht dann ein Nutzen, indem sie ihre Zweitstimme dem kleineren Partner geben und damit die Wahrscheinlichkeit der Realisierung der gewünschten Regierungskoalition erhöhen.

Die vorgelagerten kognitiven Wirkungen von Vorwahlumfragen lassen sich indirekt rational begründen, indem angenommen wird, dass der

rationale Akteur für die Bildung von Erwartungen bezüglich des Wahlausgangs Informationen benötigt, im Idealfall sollte sogar der Zustand von vollständiger Information vorliegen. Die Umfragen stellen zwar kein vollständiges, aber ein repräsentatives Bild des aktuellen Meinungsklimas dar und haben somit eine notwendige Orientierungsfunktion für einen rationalen Akteur inne (Hartenstein 1969).

Forschungsstand: Experimente zu Wirkungen von Vorwahlumfragen

Zur Ermittlung von Wahlkampfeffekten werden Ursache-Wirkungszusammenhänge betrachtet, das Problem der grundsätzlichen Wahrnehmung von veröffentlichten Vorwahlumfragen wird im vorliegenden Beitrag nicht behandelt. Für die Untersuchung dieser kausalen Zusammenhänge eignen sich experimentelle Designs besonders gut, da hier überprüft werden kann, ob beispielsweise die Wahlabsicht in einer Gruppe nach einem konstruierten Wahlkampfeignis anders ausfällt als zuvor (Schoen 2005: 523). Dafür werden die Untersuchungspersonen in einem Experiment zufällig in zwei oder mehr Gruppen aufgeteilt. Alle Gruppen werden im Vorfeld nach ihrer Wahlabsicht gefragt. Eine Gruppe (oder ein Teil der Gruppen) bekommt dann einen Stimulus präsentiert, von dem angenommen wird, dass er eine Wirkung auf die zu untersuchende Variable hat (Diekmann 2009: 337). In Bezug auf die Untersuchung von Umfragewirkungen sind dies in den meisten Fällen Medienberichte, die entsprechend die Verteilung der Wahlabsichten für die anstehende Wahl enthalten. Nach der Rezeption der Information wird erneut die Wahlabsicht aller Untersuchungspersonen abgefragt. Ein Vergleich mit der Kontrollgruppe, der kein Stimulus präsentiert wurde, zeigt, ob sich die Wahlabsicht in den Experimentalgruppen verändert hat oder nicht. Dieser Vergleich ermöglicht den Nachweis einer Wirkung des Stimulus, wenn idealerweise alle anderen Faktoren, die einen Einfluss auf die Wahlentscheidung haben können, konstant gehalten werden (Diekmann 2009: 344).

Experimente zur Untersuchung von Vorwahlumfrageeffekten wurden bisher vor allem im Kontext amerikanischer Wahlen durchgeführt (vgl. z.B. Mehrabian 1998; Ansolabehere/Iyengar 1994; Ceci/Kain 1982; Navazio 1977; de Bock 1976). Insgesamt finden sich keine belastbaren Nachweise für die Wirkung von Umfragen. In einer aktuelleren Studie von Schuh (2009) können in einem Experiment zur Landtagswahl in Thüringen 2004 jedoch zumindest kognitive Wirkungen von Vorwahlumfragen nachgewiesen werden.

Problematisch sind Experimente vor allem aufgrund der anzuzweifelnden Verallgemeinerbarkeit der Befunde über die experimentelle Situation hinaus. Sofern experimentell eine Wirkung von Umfragen nachgewiesen wird, lässt sich nicht sagen, „wie lange die Wirkung anhalten wird und wie sie sich entwickelt“ (Schoen 2005: 524; vgl. auch Donsbach 1984). Darüber hinaus führt die aus Kostengründen weit verbreitete Praxis, Experimente mit Studierenden als Versuchspersonen durchzuführen, dazu, dass die Auswahlgesamtheit nicht repräsentativ für die wahlberechtigte Bevölkerung ist (Schuh 2009: 114). Aufgrund der Laborsituation vieler einschlägiger Experimentalstudien ist es zudem generell fraglich, ob die gewonnenen Ergebnisse auf die Grundgesamtheit in Alltagssituationen übertragbar sind (Diekmann 2009: 344). Um dem entgegenzuwirken, besteht im Wahlkampf die Möglichkeit für ein natürliches Experimentaldesign. So können zufällig ausgewählte Untersuchungspersonen vor einem feststehenden Ereignis, beispielsweise der Veröffentlichung einer neuen Umfrage, nach ihrer Wahlabsicht befragt werden. Nach der Veröffentlichung werden sie erneut befragt, wobei erst die Wahrnehmung der Vorwahlumfragen abgefragt werden muss und dann erneut die Wahlabsicht ermittelt wird. Die zu vergleichenden Gruppen ergeben sich aus denjenigen, die die Wahrnehmung bejahen und denen, die die Information nicht rezipiert haben. Die Frage nach der wahrheitsgemäßen Angabe der Rezeption, die nicht zufällige Zuordnung zu einer der Gruppen sowie die Unmöglichkeit, weitere Einflussfaktoren konstant zu halten, stellen hier jedoch wiederum Einschränkungen des Untersuchungsdesigns dar (Schoen 2005).

Eine Studie von Maier und Brettschneider (2009) versuchte in Deutschland der Kritik von Experimenten entgegenzuwirken. Sie führten zu den Landtagswahlen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz 2006 sowie zu der Landtagswahl 2008 in Hessen erstmalig ein Online-Experiment mit einer größeren Studentengruppe durch. Der Online-Fragebogen enthielt für den Großteil der Teilnehmer eine manipulierte aktuelle Umfrage zu den entsprechenden Landtagswahlen. Durch eine Variation dieser Manipulation ergaben sich unterschiedliche Experimentalgruppen, wobei die Zuweisung zufällig erfolgte. Darüber hinaus fungierte der Teil der Befragten, denen keine Umfrage präsentiert wurde, als Kontrollgruppe. Untersucht wurden in den einzelnen Variationen erstens die Bandwagon- und Underdog-Hypothese, zweitens die Fallbeil-Hypothese, drittens die Leihstimmen-Hypothese und viertens das Verhindern einer absoluten Mehrheit. Darüber hinaus ermöglichten es diese Stimuli, die Mobilisierungs- und Bequemlichkeits-Hypothese in Bezug auf die Wahlbeteiligung zu untersuchen. Wie die Studien zuvor, konnten auch Maier und Brettschneider keine „belastbare[n] Hinweis[e] für einen Einfluss von veröffentlichten Umfrageergebnissen auf das Wählerverhalten“ (Maier/Brettschneider 2009: 335) zeigen. Auch die empirischen Befunde klassischer Umfragestudien oder Rolling Cross-Section Studien können bisher wenig belastbare Nachweise gemäß der Hypothesen zu Umfragewirkungen liefern (siehe u.a. Hardmeier 2008). Das Fehlen belastbarer Ergebnisse verwundert jedoch vor allem bei den experimentellen Designs. Bei dieser Form der Erhebung sollte der Nachweis von Effekten auf die Wahlabsicht, aufgrund des unmittelbar zuvor wahrgenommenen Stimulus, tendenziell wahrscheinlicher sein. Möglicherweise ist das Fehlen dieses Nachweises bei Maier und Brettschneider auf die nicht-repräsentative Untersuchungspopulation der Studenten zurückzuführen. Online-Experimente anhand einer repräsentativen, größeren Bevölkerungsgruppe liegen bisher nicht vor (vgl. Maier/Brettschneider 2009), so dass es als lohnenswert erscheint, Wirkungen von Vorwahlumfragen anhand einer solchen Untersuchungspopulation zu überprüfen.

Untersuchungsdesign und Datenbasis

Die im nachfolgenden Abschnitt berichtete empirische Analyse basiert auf einer Online-Experimentalstudie, die aus Anlass der vorgezogenen Neuwahlen in Nordrhein-Westfalen im Vorfeld der Wahl vom 13. Mai 2012 durchgeführt wurde. Die Teilnehmer des Experiments wurden über das Online-Access-Panel respondi in Form einer nach Alter, Bildung und Geschlecht geschichteten Zufallsstichprobe rekrutiert. Die Rekrutierung über ein Online-Access-Panel ermöglicht es, auf eine Bevölkerungsstichprobe zurückzugreifen, die, trotz der bekannten Probleme der Selbstselektion sowie der Überrepräsentation von Internetnutzern, die Generalisierbarkeit der Befunde eher gewährleisten kann als eine studentische Stichprobe, wie sie sonst in der Regel bei derartigen Experimenten zur Anwendung kommt (siehe z.B. die oben angesprochene Studie von Maier/Brettschneider 2009). Um ein möglichst repräsentatives Untersuchungssample und damit ausreichend Varianz bezüglich der soziodemographischen Merkmale zu generieren, wurde die Schichtung der Stichprobenziehung nach den genannten Merkmalen vorgegeben. Das Online-Experiment bestand aus zwei Befragungswellen, die verschiedene Fragen zum Wahlverhalten und zu politischen Einstellungen enthalten. Die beiden Wellen unterscheiden sich im Wesentlichen dadurch, dass die Befragung der ersten Welle – als Between-Subject-Design – unterschiedliche Frames enthält, die den erhebungsrelevanten politischen Einstellungen und Handlungsabsichten vorgeschaltet wurden. Das Vorschalten der Frames fiel in der zweiten Welle weg, so dass die Möglichkeit bestand, die Stabilität gegebenenfalls auftretender Framing-Effekte zu überprüfen. Darüber hinaus wurde der Fragebogen für die zweite Befragungswelle etwas gekürzt, um die Beteiligungsbereitschaft möglichst hoch zu halten. Die Einladungen für die erste Welle wurden ab dem 23. April 2012 verschickt, die Möglichkeit der Bearbeitung des Fragebogens bestand bis zum 29. April 2012. Nach rund einer Woche wurde die zweite Befragungswelle ins Feld gegeben. Die Teilnehmer der ersten Welle wurden dabei zufällig über zehn Tage gestreckt, jedoch mit einer gleichmäßigen Fallzahl

an jedem einzelnen Tag zur zweiten Befragung eingeladen. Die Teilnahme an der zweiten Befragungswelle war bis kurz vor Öffnung der Wahllokale am Wahltag möglich.

In Bezug auf Umfragewirkungen wurde u.a. ein Experiment zum Fallbeil- und zum Leihstimmen-Effekt realisiert. Dafür wurden die Befragten der Kontrollgruppe in der ersten und der zweiten Erhebungswelle ohne weiteren Einleitungstext nach ihrer Wahlabsicht bei der anstehenden Landtagswahl gefragt, differenziert nach Wahlteilnahme, Erst- und Zweitstimme. Der Experimentalgruppe dagegen wurde vor der Abfrage ihrer Wahlabsicht in der ersten Erhebungswelle folgender Einleitungstext als Frame präsentiert:

In der politischen Medienberichterstattung werden immer wieder die Ergebnisse von Umfragen zur politischen Stimmung im Land veröffentlicht. Am bekanntesten sind hier wahrscheinlich die Ergebnisse der sogenannten Sonntagsfrage. Besonders im Vorfeld von Wahlen häufen sich die veröffentlichten Umfrageergebnisse, die Tendenzen für den Ausgang der Wahl angeben.

Aktuelle Umfragen in NRW deuten zurzeit daraufhin, dass SPD und Grüne eine solide Regierungsmehrheit erreichen. Die CDU verliert dagegen geringfügig an Zustimmung. FDP und Linke drohen sogar an der Fünf-Prozent-Hürde zu scheitern und damit nicht in den Landtag einzuziehen.

Insgesamt haben 1281 Personen an der ersten Welle und davon wiederum 904 Probanden an der zweiten Welle der Studie teilgenommen. Die Zuordnung zu Experimental- und Kontrollgruppe erfolgte zufällig. Die Kontrollgruppe umfasst 441 Befragte, 401 Befragte haben dagegen am Experiment zum Fallbeil- und Leihstimmen-Effekt teilgenommen.⁵

Empirische Befunde

Ob nun aber die Veröffentlichung entsprechender Ergebnisse von Vorwahlumfragen zu einem Fallbeil-Effekt oder zu einem Leihstimmen-Effekt – oder eventuell auch zu gar keinem Effekt – führt, lässt sich aus dem Vergleich der Verteilungsmuster der Wahlabsichten in Experimental- und Kontrollgruppe ermitteln. Die Experimentalgruppe wurde durch den vorgeschalteten

⁵ Innerhalb der Studie wurde ein dritter Split durchgeführt, der jedoch im vorliegenden Beitrag nicht thematisiert wird.

Frame massiv daran erinnert, dass die kleineren Parteien FDP und Die Linke bei der anstehenden Landtagswahl an der Sperrklausel scheitern könnten. Die Kontrollgruppe wurde in keiner Weise geframed. Ein starkes Indiz für einen Fallbeil-Effekt wären signifikant geringere Stimmenanteile für FDP und Linkspartei in der Experimentalgruppe. Ein erstes, sehr deutliches Indiz für einen Leihstimmen-Effekt wäre hingegen ein signifikant höherer Stimmenanteil für diese beiden Parteien in der Experimentalgruppe. Sofern sich empirische Evidenz für einen der beiden Effekte in den Daten finden lässt, wäre aber auch bedeutsam, wie lange der Effekt trägt, ob er sich nur unmittelbar nach der Konfrontation mit der relevanten Information zu den Erfolgchancen der Parteien einstellt oder ob er länger, gegebenenfalls bis zum Wahltag anhält. Denn Effekte der Veröffentlichung von Vorwahlumfrageergebnissen wären – losgelöst von ihrer Wirkungsrichtung – letztendlich völlig bedeutungslos, wenn sie nicht bis in die Wahlkabine hereingetragen werden, sondern sich im Vorfeld der eigentlichen Wahlentscheidung bereits wieder verflüchtigen würden.

Ob im Rahmen der hier vorgestellten Experimentalstudie ein Fallbeil- oder ein Leihstimmen-Effekt auf der Grundlage entsprechender Umfrageresultate plausibilisierbar ist und wie lange etwaige Einflüsse überdauern, zeigen die in Tabelle 1 ausgewiesenen Spaltenprozente und Assoziationsmaße. Dort sind die Angaben abgetragen, die die Probanden zu der Frage gemacht haben, welche Partei sie bei der nordrhein-westfälischen Landtagswahl mit ihrer Zweitstimme wählen würden. Die erste Datenspalte zeigt die Werte, die sich hierbei für die Experimentalgruppe unmittelbar nach der Konfrontation mit dem Frame in der ersten Erhebungswelle ergeben haben. Die zweite Datenspalte zeigt die entsprechenden Werte der Kontrollgruppe. Im Vergleich der beiden Spalten zeigt sich, dass in der Experimentalgruppe geringfügig höhere Anteilswerte für FDP und Die Linke auftreten, was grundsätzlich im Sinne eines Leihstimmeneffekts gedeutet werden könnte. Cramers V, ein bivariates Assoziationsmaß, das hier die Stärke des Unterschieds zwischen Experimental- und Kontrollgruppe hin-

sichtlich der Stimmenanteile der Parteien wiedergibt, weist jedoch mit 0,08 einen sehr geringen und zudem nicht signifikanten Wert auf. Mit anderen Worten: Die beobachteten, leicht erhöhten Stimmenanteile von FDP und Linkspartei in der Experimentalgruppe dürften mit sehr großer Wahrscheinlichkeit nicht systematischer, sondern schlicht zufälliger Natur sein. In derselben Weise sind auch die marginalen Prozentpunktdifferenzen der Zellen der dritten und vierten Datenspalte zu interpretieren, die die Ergebnisse der zweiten Erhebungswelle wiedergeben. Auch hier besteht kein systematischer Unterschied zwischen Experimental- und Kontrollgruppe. Sofern die Anlage unserer Untersuchung also den entsprechenden Schluss zulässt, lassen sich keine Indizien finden, die für einen Fallbeil-Effekt sprechen würden – und sei er noch so flüchtig.

Doch gilt dasselbe auch uneingeschränkt für den Leihstimmen-Effekt? – Nicht unbedingt, denn die Leihstimmen sollten von den Wählern kommen, die eigentlich den potentiellen großen Partnern der von den Wählern präferierten Koalition zuneigen. Ein entsprechendes taktisches Votieren sollte sich zwar auch als Bruttostimmenzuwachs der kleineren Parteien in der Experimentalgruppe zeigen, kann hier jedoch auch von Gegenströmungen wie beispielsweise partiellen Fallbeil-Effekten bei spezifischen Subelektoraten überlagert und damit neutralisiert werden. Ein Leihstimmeneffekt sollte, so er sich denn empirisch überhaupt bestätigen lässt, aber klar zutage treten, wenn nur die Wähler betrachtet werden, die einer der großen Parteien zuneigen. Operationalisieren lässt sich eine entsprechende Tendenz über die Wahlabsicht, die mit Blick auf die Erststimme bekundet wird. Wird hier eine der beiden großen Parteien genannt, so kann davon ausgegangen werden, dass – zumindest auch – eine deutliche Neigung zu einer dieser beiden Parteien besteht. Wenn nun aber diese Wähler mit ihrer Zweitstimme den kleineren und potentiell gefährdeten Partner der Wunschkoalition wählen, so wäre dies ein sehr starkes Indiz für die empirische Gültigkeit der Leihstimmen-Hypothese.

Die fünfte bis achte Datenspalte von Tabelle 1 zeigen die Befunde, die sich analog zur ersten bis vierten Datenspalte einstellen, wenn nicht alle Probanden in die Auswertung einbezogen wer-

den, sondern nur diejenige Berücksichtigung finden, die angegeben haben, mit ihrer Erststimme bei der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2012 den Kandidaten von SPD bzw. CDU wählen zu wollen. Ungeachtet aller punktuellen Differenzen der Stimmenanteile, die sich im jeweiligen Vergleich zwischen Experimental- und Kontrollgruppe andeuten mögen, zeigen die Werte jedoch kein Muster, das konsistent auf einen Leihstimmen-Effekt hindeuten würde – mehr noch: Alle beobachtbaren Unterschiede sind insignifikant und damit rein zufälliger Art. Zusammenfassend kann daher festgehalten werden, dass die Daten der durchgeführten Experimental Studie keinerlei empirische Evidenz für die Gültigkeit der Fallbeil- oder der Leihstimmen-Hypothese liefern. Differenzierte Subgruppenanalysen – die hier aus Platzgründen nicht im Einzelnen dargestellt und erörtert werden können – zeigen darüber hinaus, dass es mit Blick auf diesen Nicht-Befund auch keine Unterschiede hinsichtlich der demographischen Merkmale Geschlecht, Alter und Bildung gibt.

Effekt gemäß der Fallbeil-Hypothese oder einem positiven, unterstützenden Effekt gemäß der Leihstimmen-Hypothese äußern. Untersucht wurde diese Fragestellung anhand eines Online-Experiments zur Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen 2012. Die Experimentalstudie hat es erlaubt, eine Gruppe, die einen ergänzenden Begleittext vor der Abfrage ihrer Wahlabsicht mit Informationen zur aktuellen Stimmenverteilung in den Vorwahlumfragen präsentiert bekommen hat, mit einer Kontrollgruppe, die keinerlei entsprechenden Informationen erhielt, hinsichtlich ihrer beabsichtigten Zweitstimmenvergabe zu vergleichen. Die Ergebnisse der empirischen Analysen haben gezeigt, dass sich keinerlei Unterschied zwischen Experimental- und Kontrollgruppe und damit auch keine Wirkungen von veröffentlichten Vorwahlumfrageergebnissen im Sinne der Fallbeil- oder der Leihstimmen-Hypothese nachweisen lassen.

Doch wie lässt sich erklären, dass die Umfragewerte für die FDP nicht nur im Vorfeld der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen 2012, sondern auch bei der Wahl in Schleswig-Holstein eine Woche zuvor und jüngst bei der Wahl in Niedersachsen 2013 ein Bild gezeichnet haben, das den Wiedereinzug der Partei ins jeweilige Landesparlament höchst fraglich erscheinen ließ, die Liberalen dann aber jedes Mal mit einem unerwartet hohen Wählerzuspruch bestätigt wurden?

Tabelle 1: Zweitstimmenanteile in Experimental- und Kontrollgruppe in %

	Alle Befragten				Befragte die angegeben haben, mit der Erststimme SPD oder CDU wählen zu wollen			
	1. Erhebung		2. Erhebung		1. Erhebung		2. Erhebung	
	Experimentalgruppe	Kontrollgruppe	Experimentalgruppe	Kontrollgruppe	Experimentalgruppe	Kontrollgruppe	Experimentalgruppe	Kontrollgruppe
SPD	29,5	30,1	28,1	35,4	44,3	48,3	42,7	55,0
CDU	15,6	14,4	18,4	11,5	26,8	23,4	28,2	17,1
Bündnis 90/ Die Grünen	16,5	14,9	14,3	13,6	14,9	11,2	12,9	12,9
FDP	6,2	5,7	6,5	6,6	6,2	4,4	5,6	5,0
Piraten	18,3	23,8	20,3	24,3	5,7	9,3	9,7	8,6
Die Linke	6,5	6,2	6,0	4,5	2,1	2,0	0,8	1,4
Eine andere Partei	7,4	4,9	6,5	4,1	0,0	1,5	0,0	0,0
n	339	369	217	243	194	205	124	140
Cramers V	0,08 (n.s.)		0,13 (n.s.)		0,13 (n.s.)		0,15 (n.s.)	

Anmerkungen: n.s. = nicht signifikant.

Fazit

Zu Beginn des Beitrags wurde die Frage aufgeworfen, ob für die Wähler der kleineren Parteien Wirkungen von Vorwahlumfrageergebnissen nachweisbar sind. Es wurde angenommen, dass sich die Wirkungen entweder in einem negativen

In den Medien wurde dies, vor allem bei der Landtagswahl in Niedersachsen, mit dem Leihstimmen-Effekt begründet (Spiegel Online, 20. Januar 2013). Mit Blick auf die Wählerwanderungsanalysen von Infratest dimap für die einzelnen Wahlen zeigt sich jedoch, dass es die FDP auch ohne den Zugewinn von der CDU, demnach den

mutmaßlichen Leihstimmen des potentiellen Koalitionspartners, über die Fünf-Prozent-Hürde geschafft hätte.⁶ Eine mögliche Erklärung für die Abweichungen zwischen den veröffentlichten Umfrageergebnissen kurz vor der Wahl und den tatsächlichen Ergebnissen am Wahltag, liefert die Theorie der Schweigespirale (Noelle-Neumann 1980). Demnach könnten die schlechten Umfragewerte der Partei auf Bundesebene sowie die generell negative Medienberichterstattung dazu geführt haben, dass die FDP-Wähler in den einzelnen Bundesländern nicht mehr das Selbstbewusstsein hatten, ihre Wahlabsicht für die Liberalen im Vorfeld der Wahlen öffentlich zu äußern. In der Wahlkabine selbst, in der die Entscheidung der Stimmvergabe geheim getroffen wird, war dann jedoch die Parteipräferenz und die möglicherweise höhere Zufriedenheit mit der Partei auf Landesebene ausschlaggebend. Vor allem bei den Wahlen in Nordrhein-Westfalen und in Schleswig-Holstein dürfte diese Zufriedenheit im Zusammenhang mit den Spitzenkandidaten Christian Lindner und Wolfgang Kubicki stehen, die sich während des Landtagswahlkampfes jeweils bewusst und deutlich von der Bundespartei abgegrenzt haben (sueddeutsche.de, 15. Mai 2012). Anhand quantitativer Erhebungsmethoden ist ein Prozess gemäß der Schweigespirale jedoch schwer nachzuweisen. Denn es ist anzunehmen, dass die Angabe der Wahlabsicht im Vorfeld einer Wahl, unabhängig vom Adressat der Umfrage, als öffentliche Bekundung der eigenen Parteineigung wahrgenommen wird.

Literatur

Ansolaheber, Stephen/Iyengar, Shanto (1994): Of Horseshoes and Horse Races. *Experimental Studies of the Impact of Poll Results on Electoral Behavior*. *Political Communication*, 11: 413-430.

⁶ Die Wahl in Schleswig-Holstein stellt hier eine Ausnahme dar. Bei dieser Wahl bekommt die FDP keine Stimmen der Wähler einer anderen Partei. Sie verliert ausschließlich Stimmen an die anderen Parteien sowie an die Nichtwähler. Allerdings nicht in dem Umfang, wie es die Umfragen im Vorfeld prognostiziert hatten.

Bartels, Larry M. (1988): *Presidential Primaries and the Dynamics of Public Choice*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Brettschneider, Frank (1992): Der taktische und rationale Wähler. Über den Einfluss von Wahlumfragen auf das Wählerverhalten bei den Bundestagswahlen 1983 bis 1990. *Politische Vierteljahresschrift*, 33(1): 55-72.

Brettschneider, Frank (1997): The Press and the Polls in Germany, 1980-1994. Poll Coverage as an Essential Part of Election Campaign Reporting. *International Journal of Public Opinion Research*, 9(3): 248-265.

Brettschneider, Frank (2000): Demoskopie im Wahlkampf – Leitstern oder Irrlicht? in: Klein, Markus/Jagodzinski, Wolfgang/Mochmann, Ekkehard/Ohr, Dieter (Hrsg.): *50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 477-505.

Bürklin, Wilhelm/Klein, Markus (1998): *Wahlen und Wählerverhalten. Eine Einführung*. Opladen: Leske + Budrich.

Ceci, Stephen J./Kain, Edward L. (1982): Jumping on the Bandwagon with the Underdog: The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior. *The Public Opinion Quarterly*, 46(2): 228-242.

Cox, Gary W. (1997): *Making Votes Count. Strategic Coordination in the World's Electoral Systems*. Cambridge: Cambridge University Press.

Dalton, Russell J. (1984): Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies, in: *Journal of Politics* 46, 264-284.

Dalton, Russell J./Flanagan, Scott C./Beck, Paul A. (1984): Electoral Change in Advanced Industrial Societies, in: Dalton, Russell J./Flanagan, Scott C./Beck, Paul A. (Hrsg.): *Electoral Change in Advanced Industrial Societies. Realignment or Dealignment*. Princeton: Princeton University Press, 3-22.

Dalton, Russell J./Rohrschneider, Robert (1990): Wählerwandel und Abschwächung der Parteineigung von 1972 bis 1987, in: Klingemann, Hans-Dieter/Kaase, Max (Hrsg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 297-324.

- Dalton, Russell J./Wattenberg, Martin P. (2000): *Partisan Change and the Democratic Process*, in: Dalton, Russell J./Wattenberg, Martin P. (Hrsg.): *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press, 261-285.
- de Bock, Harold (1976): *Influence of In-State Election Poll Reports on Candidate Preference in 1972*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 53(3): 457-462.
- Diekmann, Andreas (2009): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Donsbach, Wolfgang (1984): *Die Rolle der Demoskopie in der Wahlkampf-Kommunikation. Empirische und normative Aspekte der Hypothese über den Einfluß der Meinungsforschung auf die Wählermeinung*. *Zeitschrift für Politik*, 31(4): 388-407.
- Downs, Anthony (1957): *An Economic Theory of Democracy*. Stanford: Harper.
- Esser, Hartmut (2002): *Soziologie. Spezielle Grundlagen. Bd. 1: Situationslogik und Handeln*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Gallup, George / Rae, Saul F. (1940): *Is there a Bandwagon Vote? The Public Opinion Quarterly*, 4(2): 244-249.
- Gallup, George (1965): *Polls and the Political Process - Past, Present, and Future*. *The Public Opinion Quarterly*, 29(4): 544-549.
- Gallus, Alexander (2002): *Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfes. "Wirkliche Macht" oder "Faktor ohne politische Bedeutung"?* *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 15-16: 29-36.
- Hardmeier, Sibylle (2008): *The Effects of Published Polls on Citizens*, in: Donsbach, Wolfgang/Traugott, Michael W. (Hrsg.): *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*. London u.a.: SAGE Publications, 504-513
- Hartenstein, Wolfgang (1969): *Gesetzliches Verbot von Wahlprognosen?* *Zeitschrift für Rechtspolitik*, 9: 201-202.
- Hilmer, Richard (2009): *Vorwahlumfragen 2005 - ein Debakel? Ist der Ausgang von Wahlen noch vorhersagbar?* in: Gabriel, Oscar W./Weßels, Bernhard/Falter, Jürgen W. (Hrsg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 103-116.
- Hopmann, David N. (2010): *Vom emotionalen Underdog zur bewussten Strategie: Wie Meinungsumfragen die Parteipräferenz der Wähler beeinflussen*, in: Faas, Thorsten/Arzheimer, Kai/Roßteutscher, Sigrid (Hrsg.): *Information – Wahrnehmung – Emotion. Politische Psychologie in der Wahl- und Einstellungsforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 51-69.
- Huber, Sascha/Gschwend, Thomas/Meffert, Michael F./Pappi, Franz U. (2009): *Erwartungsbildung über den Wahlausgang und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung*, in: Gabriel, Oscar W./Weßels, Bernhard/Falter, Jürgen W. (Hrsg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 561-584.
- Irwin, Galen A./van Holsteyn, Joop J. M. (2002): *According to the Polls. The Influence of Opinion Polls on Expectations*. *The Public Opinion Quarterly*, 66(1): 92-104.
- Iyengar, Shanto/Simon, Adam F. (2000): *New Perspectives and Evidence on Political Communication and Campaign Effects*. *Annual Review of Psychology*, 51: 149-169.
- Lupri, Eugen (1969): *Soziologische Bedeutung der Wahlprognose*, in: Hartmann, Klaus D. (Hrsg.): *Politische Beeinflussung. Voraussetzung, Ablauf und Wirkungen*. Frankfurt a. M.: Europäische Verlagsanstalt, 99-116.
- Maier, Jürgen/Brettschneider, Frank (2009): *Wirkungen von Umfrageberichterstattung auf Wählerverhalten. Ein Online-Experiment zu den Landtagswahlen in Baden-Württemberg 2006, Rheinland-Pfalz 2006 und Hessen 2008*, in: Jakob, Nikolaus/Schoen, Harald/Zerback, Thomas (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 321-337.

- Meffert, Michael F./Huber, Sascha/Gschwend, Thomas/Pappi, Franz U. (2011): More than wishful thinking: Causes and consequences of voters' electoral expectations about parties and coalitions. *Electoral Studies*: 1-12.
- Meffert, Michael F./Gschwend, Thomas (2011): Polls, coalition signals and strategic voting: An experimental investigation of perceptions and effects. *European Journal of Political Research*, 50: 636-667.
- Mehrabian, Albert (1998): Effects of Poll Reports on Voter Preferences. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(23): 2119-2130.
- Mutz, Diana (1994): The political Effects of Perceptions of Mass Opinion. *Research in Micro-politics*, 4: 143-167.
- Mutz, Diana (1998): *Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives affect Political Attitudes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Navazio, Robert (1977): An Experimental Approach to Bandwagon Research. *Public Opinion Quarterly*, 41: 217-225.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1980): *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut*. München: R. Piper & Co. Verlag.
- Patterson, Thomas E. (1980): *The Mass Media Election. How Americans choose their President*. New York: Praeger Publishers.
- Reumann, Kurt (1983): 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. 09.03.1983. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*: 4.
- Robinson, Claude E. (1937): Recent Developments in the Straw-Poll Field - Part 2. *The Public Opinion Quarterly*, 1(4): 42-52.
- Schmitt-Beck, Rüdiger (1996): Medien und Mehrheiten. Massenmedien als Informationsvermittler über die Wahlchancen der Parteien. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 27: 127-144.
- Schoen, Harald (1999): Mehr oder weniger als fünf Prozent - ist das wirklich die Frage? *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 51: 565-582.
- Schoen, Harald (2002): Wirkung von Wahlprognosen auf Wahlen, in: Thomas Berg (Hrsg.): *Moderner Wahlkampf. Blick hinter die Kulissen*. Opladen: Leske + Budrich, 171-191.
- Schoen, Harald (2005): Wahlkampfforschung, in: Falter, J. W./Schoen, H.: *Handbuch Wahlforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 503-542.
- Schuh, Steven (2009): *Umfragen als Anker? Studien zur Wirkung rezipierter Umfrageergebnisse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Simon, Herbert A. (1954): Bandwagon and Underdog Effects and the Possibility of Election Predictions. *The Public Opinion Quarterly*, 18(3): 245-253.
- Sudman, Seymour (1986): Do Exit Polls influence Voting Behavior? *The Public Opinion Quarterly*, 50(3): 331-339.

Online-Quellen:

- Wählerwanderung: FDP profitiert von 101.000 CDU-Leihstimmen, in: Spiegel Online vom 20.01.2013. Verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/niedersachsen-fdp-profitiert-von-leihstimmen-der-cdu-a-878672.html> (Stand: 04.02.2013).
- Kein Bock auf Verlierer, in: Süddeutsche.de vom 15.05.2012. Verfügbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/fdp-im-aufwind-kein-bock-auf-verlierer-1.1353595> (Stand: 04.02.2013).