Pulsmesser der Politik: Was eine gute Umfrage ausmacht

Das gestrige Kellergespräch des Liechtenstein-Instituts stand ganz im Zeichen der Umfrage – sowohl in der Theorie als auch in der Praxis.

Von der Flughafentoilette über die hygienischen Bedingungen bis zu politischen Stimmungsbildern der nächsten Abstimmung: Umfragen sind heute allgegenwärtig. So auch am Montagabend beim Kellergespräch des Liechtenstein-Instituts. Die Politologen und Meinungsforscher Thomas Milic vom Liechtenstein-Institut und Lukas Golder, Co-Leiter von GFS.Bern, stellten sich den Fragen von Moderator Donat Oehri. In einer lockeren und humorvollen Gesprächsrunde erfuhr das Publikum, was eine gute Umfrage ausmacht.



Mit roten und grünen Karten konnte das Publikum seine Meinung kundtun. Bild: Paul Trummer

Die Zufälligkeit ist wichtiger als die Stichprobengrösse

Schnell wurde klar, dass eine der wichtigsten Grundlagen für eine repräsentative Umfrage die richtige Stichprobe ist. Obwohl sich Teile des Publikums mittels der ausgeteilten Abstimmungskarten skeptisch zeigten, dass eine Stichprobengrösse von tausend Personen für eine representative Umfrage in der Schweiz ausreicht, hielten die beiden Forscher dagegen. Nehme man eine doch recht geringe Fehlerquote von rund vier Prozent in Kauf, reichen tausend Befragte durchaus aus, erklärte Milic. Denn anhand moderner Berechnungsmethoden können die Ergebnisse entsprechend gewichtet und repräsentativ auf die Bevölkerung übertragen werden. «Wichtiger als die Grösse ist die Zufälligkeit der Probe», so Milic. Deshalb könnten beispielsweise auch Kommentare in Social-Media keine professionellen Umfragen ersetzen, meinte Lukas Golder. Denn eine politische Gruppe oder gar eine Einzelperson kann besonders laut auf Social-Media sein. Dies bedeute allerdings nicht, dass ihre Haltung in der Bevölkerung verbreitet ist.

Nicht nur die Zufälligkeit oder die Stichprobengrösse muss nach wissenschaftlichen Massstäben definiert werden, sondern auch die Reihenfolge sowie die Formulierung der Fragen. Denn je nach Ablauf oder Wortwahl könne das Ergebnis der Befragung beeinflusst werden. Dem war sich auch das Publikum bewusst: Auf die entsprechende Frage von Moderator Oehri erhob der Grossteil die ausgeteilte Ja-Karte. Für die Voraussage dieses Stimmungsbilds brauchten die beiden Forscher nicht einmal eine Umfrage durchzuführen. Wie auch bei den anderen Publikumsabstimmungen konnten sie die Meinung der Anwesenden ziemlich sicher voraussagen.

Damit die Leute aber bei den Umfragen mitmachen, müsse ab und an ein Anreiz gesetzt werden. So bekommen die Umfrageteilnehmer bei den Befragungen durch die Firma von Golder auch mal 12 Franken pro Stunde. Da habe man es in Liechtenstein einfacher: «Unsere Befragten machen auch ohne Geld mit», scherzte Milic. Als Meinungsforscher müssen die beiden Redner auch das menschliche Verhalten miteinbeziehen. So war zum Beispiel die Mehrheit der Zuhörer überzeugt, dass sie niemals eine Antwort bei einer Umfrage «schön färben» würden. Doch gemäss Goldner ist es messbar, dass Befragte ihre Antworten auf die «soziale Erwünschtheit» anpassen. So geben mehr Personen bei Abstimmungsumfragen an, dass sie ihre Stimme abgeben werden, als schlussendlich wirklich abstimmen gehen. Und manchmal wissen die Meinungsforscher gar mehr über die Personen, als diese über sich selbst wissen: Anhand weniger Kriterien könne das individuelle Abstimmungsverhalten vorausgesagt werden, erklärte Milic. Aber auch unbewusste Haltungen werden mit konkreten Entscheidungssituationen in Umfragen sichtbar gemacht.

Doch wofür braucht man diese Umfragen überhaupt? In emotionalen Diskussionen würden sie eine gewisse Distanz schaffen, meinte Milic. Lukas Golder versteht seine Rolle als Meinungsforscher als eine Art «Anwaltschaft der Meinung». Auch wenn die Umfrage selbst möglichst neutral ausgestaltet werden soll, habe er bei der Kommentierung der Ergebnisse über die Jahre eine gewisse Entspanntheit gewonnen. *(sit)*