

40 Jahre Politbarometer: ein Rückblick aus der Praxis

Jung, Matthias

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Jung, M. (2018). 40 Jahre Politbarometer: ein Rückblick aus der Praxis. *Informationsdienst Soziale Indikatoren*, 60, 3-6. <https://doi.org/10.15464/isi.60.2018.3-6>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

40 Jahre Politbarometer

Ein Rückblick aus der Praxis

Anlässlich des 40-jährigen Bestehens des Politbarometers haben GESIS und die Forschungsgruppe Wahlen ein Symposium zum Thema „Wahlverhalten und Parteiensystem im Wandel“ durchgeführt.¹ Diese Tagung hat in der Universität Mannheim im Ostflügel des Schlosses stattgefunden – ein für die Forschungsgruppe Wahlen sehr symbolträchtiger Ort. Denn in unmittelbarer Nähe wurden in früheren Jahren die Hochrechnungen an Wahlabenden gerechnet und anfangs ist die Forschungsgruppe von dort sogar auf Sendung gegangen.

Im März 1977 lief das erste Politbarometer als Umfrage „vom Stapel“, zunächst noch als Trockenübung ohne Ausstrahlung im ZDF. Am 29. April 1977 gab es dann die erste Ausgabe des Politbarometers im ZDF zu sehen, wenn auch versteckt kurz vor Sendeschluss.

40 Jahre ist nicht unbedingt der Anlass für ein ganz großes Jubiläum, aber Grund genug, auf die Entwicklung des Politbarometers in diesem Zeitraum einzugehen. Man könnte an dieser Stelle jetzt vielleicht erwarten, eine Menge Lustiges, Sonderbares oder Befremdliches aus diesen Jahrzehnten aneinanderzureihen. Dieser Versuchung soll hier widerstanden werden. Ich möchte stattdessen auf einige Punkte eingehen, die aus der Geschichte des Politbarometers einen Bezug zum Hier und Heute und auch für die nächsten Jahre haben.

ZDF

Das Politbarometer ist vom damaligen Vorstand der Forschungsgruppe Wahlen, Manfred Berger, Wolfgang Gibowski und Dieter Roth konzipiert und initiiert worden. Es ist, wie die Forschungsgruppe Wahlen insgesamt, untrennbar mit dem ZDF verbunden – und zwar nicht nur, weil das ZDF es

finanziert und es dort ein Millionenpublikum erreicht.

Wie sehr dies ein wechselseitiger Prozess war und immer noch ist, wird deutlich, wenn man die Entstehungsgeschichte des Politbarometers verfolgt, die Detlef Sprickmann dankenswerterweise in einem Beitrag² festgehalten hat. Da zeigt es sich nämlich, dass das Politbarometer nicht nur ein Glücksfall für die FGW gewesen ist, sondern auch für das ZDF.

Das spät gegründete ZDF hatte sich anfangs rein über die Unterhaltungsdimension positioniert und damit recht schnell etabliert. Um aber dauerhaft auf Augenhöhe mit der ARD zu kommen, musste das erfolgreiche Unterhaltungfernsehen ZDF durch sichtbare Formate zu einem Sender mit einem konkurrenzfähigen politischen Informationsangebot weiterentwickelt werden. Dabei spielte das Politbarometer als ein so in Deutschland völlig neues Programmangebot eine wesentliche Rolle. Es trägt bis heute als einschaltquotenstärkste politische Regelsendung des ZDF zu dessen politischem Informationsprofil entscheidend bei.

Aktualität und Unabhängigkeit

Damit die trockene Präsentation von Zahlen und Grafiken im Medium Fernsehen überhaupt eine Chance hat, ein Millionenpublikum zu erreichen, muss es naturgemäß journalistisch aufgelockert sein. Sehr deutlich wurde diese Problematik der Quotenorientierung bei der vor einigen Jahren aus Gründen des Programmschemas notwendig gewordenen Integration des Politbarometers in den Zeitblock des *heute-journals*. Bei dieser Gelegenheit wurde die davor eigenständige 9-minütige Politbarometer-Sendung auf 6 Minuten gekürzt und unmittelbar nach dem Wetter ins Programm genommen.

Bettina Schausten erwarb sich bei dieser Änderung des Programmschemas dauerhafte Meriten weil sie in langen Auseinandersetzungen durchsetzen konnte, dass das Politbarometer trotzdem als eigenständiges Sendeformat im Programmschema erhalten blieb und eine garantierte Sendelänge von 6 Minuten festgeschrieben wurde. Nachdem sich in der Folgezeit herausgestellt hatte, dass das dann mehr oder minder dem *heute-journal* zugerechnete Politbarometer eben nicht zu dessen Quotenkiller wurde, war die Gefahr einer vollständigen Integration und Kannibalisierung allein nach dem Bedarf der *heute-journal*-Redakteure endgültig gebannt.

Wie diese richtungsweisende Entscheidung deutlich macht, steht das Politbarometer immer in einem Spannungsfeld zwischen journalistischer Aktualitätsanforderung und den über den Tag hinaus mit einem sozialwissenschaftlichen Instrumentarium zu beantwortenden Grundfragen von Politik und Gesellschaft.

Die Forschungsgruppe Wahlen hat diese Herausforderung immer sehr bewusst angenommen und dabei so manchem Druck in Richtung Trivialisierung und Schlagzeilenorientierung widerstanden. Wir haben immer sehr viel Wert darauf gelegt, die Seriosität des Politbarometers zu bewahren und deshalb lieber in Kauf genommen, manchmal auch ein bisschen „langweiliger“ zu sein als andere. Letztlich haben wir das ZDF im Zweifelsfalle immer überzeugen können, dass eine bewusste Seriosität auf Dauer mehr bringt, als eine kurzfristige, sensationell hohe Aufmerksamkeit.

Ganz wesentlich ist in diesem Zusammenhang dabei die alleinige Hoheit über die Formulierung des Fragebogens. Selbstverständlich tauschen wir uns mit dem ZDF über die zu behandelnden aktuellen Themen aus. Wie die Fragen

aber formuliert werden, haben dann alleine wir zu verantworten, ebenso wie den sehr großen Anteil von standardmäßig im Fragenprogramm enthaltenen Zeitreihenfragen.

Mit Sicherheit ist das sehr untypisch für die Beziehung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer. Es erfordert ein langjährig gewachsenes, stabiles Vertrauensverhältnis.

Das ist auch ein grundsätzlich anderer Ansatz als beim DeutschlandTrend der ARD, den Jörg Schönenborn als „journalistische Demoskopie“ charakterisiert hat.³ Entsprechend formuliert dort dann ein beim WDR angesiedeltes Redaktions- und Autorenteam „aus dem journalistischen Alltag kommend“ die Thesen und Fragen des DeutschlandTrends.

Transparenz

Ansehen und Reputation des Politbarometers resultieren auch aus seiner Transparenz, auf die die Forschungsgruppe Wahlen und das ZDF großen Wert legen. Das war gerade in den Anfängen sehr wichtig, als es galt, Skepsis und Misstrauen gegenüber diesem neuen Instrument abzubauen.

Damals wurden Tabellenbände automatisch und kostenlos von uns z.B. an Kurt Reumann bei der *FAZ*, Werner Harenberg vom *SPIEGEL* oder Gernot Sittner bei der *Süddeutschen* geschickt – ohne dass diese Medienpartner des ZDF oder der FGW waren. Es ging darum, sich des Rückhalts von sehr kompetenten Journalisten in Schlüsselmedien im Hinblick auf die Seriosität des Unterfangens und seiner Auswertung zu versichern.

Das Politbarometer ist bis heute die einzige der in den Medien veröffentlichten Umfragen, die sich an die seit Juli 1997 geltende gemeinsame Richtlinie der einschlägigen Landesorganisationen für Umfragen der Wahlforschung⁴ hält und in jeder Publikation sowohl die politische Stimmung – also die Rohdaten nach Haushalts- und Repräsentativgewichtung – als auch die Projektion parallel dazu veröffentlicht, so dass jeder Rezipient den Einfluss des Instituts auf die veröffentlichten Daten der Sonntagsfrage mithilfe der Grundrechenarten nachvollziehen kann.

Zur Transparenz des Politbarometers gehört aber natürlich auch – und nicht unwesentlich – die kostenlose Bereitstellung der Datensätze über GESIS an Dritte – ohne dass dafür jeweils unsere Zustimmungserklärung notwendig wäre.

Wir haben jahrelang versucht, auf die anderen Institute einzuwirken, dies ebenfalls so zu handhaben. Bisher ist dem in vollem Umfang eigentlich nur FORSA nachgekommen, während die ARD mit einer abgespeckten Version⁵ verhindert, dass man die politischen Stimmungswerte des DeutschlandTrends in den Datensätzen erkennen kann.

Gerade diese Transparenz des Politbarometers hat wesentlich zu seiner Erfolgsgeschichte beigetragen, was sich an der tausendfachen Nachnutzung der Datensätze bei GESIS ablesen lässt. Allein 2017 haben 358 Nutzer insgesamt 1.280 Datensätze der Forschungsgruppe Wahlen zum Zwecke der Sekundäranalyse bestellt und erhalten.

Methoden

40 Jahre Politbarometer – das sind auch 40 Jahre methodische Weiterentwicklung des Instruments.

Anfangs war das Politbarometer eine face-to-face-Befragung mit all ihren unvermeidbaren Schwierigkeiten. Ein Problem war die fehlende Kontrolle der Interviewertätigkeit, ein anderes vor allem der lange Zeitbedarf zwischen Redaktionsschluss des Fragebogens und Publikation. Der face-to-face-Erhebung folgte 1988 die Umstellung auf telefonische Befragung, ab 1990 die Integration der neuen Bundesländer mit einem gemischten Ansatz von telefonischer Befragung im Westen und face-to-face-Befragung im Osten und schließlich die Einbeziehung von Umfrageergebnissen aus Mobilfunkstichproben und einem damit realisierten Dual-Frame-Ansatz Anfang 2017.

Mit Online-Befragungen haben wir übrigens schon sehr früh angefangen zu experimentieren und diese letztlich verworfen bis hin zur Liquidierung einer eigens dafür gegründeten GmbH. Grund dafür war die Erkenntnis, dass man mit Online-Umfragen niemals die methodischen Standards für repräsentative Befragungen im sozialwissenschaftli-

chen Bereich erfüllen können wird.

All diese methodischen Anpassungen hat die Forschungsgruppe Wahlen mit umfangreichen, parallel durchgeführten Studien und Experimenten begleitet. Es ging uns dabei nicht um die Adaption von Moden oder um Kostenfragen, sondern ausschließlich um die Verantwortung bestmöglicher Qualität, im Wesentlichen um die Sicherstellung von Repräsentativität.

Repräsentativität

Und beim Thema Repräsentativität beobachten wir in der letzten Zeit eine bedenkliche Entwicklung. Heute wird von vielen in nicht vertretbarer Art und Weise „Schindluder“ mit dem Begriff der Repräsentativität getrieben, der meines Erachtens die gesamte Zunft sowohl der kommerziellen als auch der akademischen Meinungsforschung existenziell bedroht.

Als „Repräsentativ“ wird heute oft schon eine Umfrage bezeichnet, wenn die Randverteilung bei wenigen demographischen Variablen wie Alter, Geschlecht und bestenfalls Bildung mit den Sollwerten der amtlichen Statistik durch Gewichtung angeglichen worden ist. Woher die Rohdaten dann vorher gekommen sind, erscheint völlig egal.

Zwei Beispiele: Im April 2017 wurden die Ergebnisse der europaweiten Studie „generation what“ veröffentlicht. Dafür wurden über Monate hinweg 212.656 Interviews irgendwo eingesammelt. Jeder, der davon erfahren hat und interessiert war, konnte ungeprüft – zumeist online und auch problemlos mehrfach – Fragebögen ausfüllen. Im Abschlussbericht der Studie steht dann lapidar: „Um eine für die Altersgruppe repräsentative Stichprobe zu erlangen, wurde eine Randsummengewichtung durchgeführt“⁶. Fertig – das war alles. Kein Journalist hat dies bei der medienwirksamen Präsentation dieser Studie auch nur ansatzweise hinterfragt.

Beispiel Nr. 2: Seit mehr als einem Jahr überzieht Civey mit Hilfe von öffentlichen Wissenschaftsförderungsmitteln des Landes Berlin eine Unzahl diverser Medien mit Online-Befragungen. Es nehmen fast alle namhaften und weniger namhaften Medien mit ihren Online-Portalen teil. Immerhin bekom-

men sie dafür einen schön bunten und aktuellen, kostenlosen Content geliefert, der zudem noch mit einem Innovationsimage geadelt zu sein scheint.

Anfangs hat Civey die erfassten Ergebnisse sichtbar gemacht und die dabei zustande gekommenen Randverteilungen veröffentlicht. Nachdem aber offensichtlich wurde, wie systematisch AfD-nahe Kreise dieses Instrument zum „Pushen“ der AfD-Werte missbraucht haben, sind jetzt nur noch die Ergebnisse nach einer nicht nachvollziehbaren Gewichtungszusammenfassung sichtbar, die u.a. die AfD-Werte in realistische Größenordnungen drückt.

Wie absurd dieses Online-Befragungsmodell ist, kann man in einem Interview mit dem Geschäftsführer von Civey, Gerrit Richter, nachlesen, aus dem hervorgeht, dass ein durchschnittlicher Befragter von Civey pro Monat an 64 Umfragen teilnimmt⁷. Was solche Ergebnisse noch mit Repräsentativität zu tun haben sollen, bleibt mir verschlossen.

Selbstverständlich führt der seit vielen Jahren zu beobachtende Rückgang der Teilnahmebereitschaft bei Umfragen zu niedrigeren Ausschöpfungsquoten, weshalb die Realität im Feld nichts mit der Idylle der reinen Zufallsauswahl des Statistiklehrbuchs zu tun hat. Aber meines Erachtens ist es evident, dass eine zufällige Auswahl der verbliebenen für eine Befragung zugänglichen Elemente der Grundgesamtheit zu wesentlich besseren Ergebnissen führt, als den Zugang zur Teilnahme an Umfragen völlig unkontrolliert zuzulassen. Durch den Verzicht jedweder Auswahl der Befragten wird ja keine einzige Teilgruppe zusätzlich erreicht, die bei einer Zufallsauswahl unter den Befragungsbereiten nicht erreicht werden könnte.

Hier sind m.E. auch die Vertreter des akademischen Bereichs gefordert, ihre Stimme hörbar zu erheben. Denn eine von uns vorgetragene Kritik an diesen Praktiken wird häufig als „pro domo“ diskreditiert.

Herrschaftswissen

Demoskopie wurde von Anfang an kritisch beäugt und oft als demokratiefeindlich gebrandmarkt. In den Anfangsjahren der Bundesrepublik

Tabelle 1 Glauben Sie, dass heute bei uns in der Bundesrepublik (2017: in Deutschland) im Großen und Ganzen die richtigen Leute in den führenden Stellungen (2017: Positionen) sind oder glauben Sie das nicht?

	1977	2017
Glaube ich	28%	46%
Glaube ich nicht	47%	44%
Weiß nicht / k.A.	24%	10%

Forschungsgruppe Wahlen:

Politbarometer April 1977 (n=993) und Oktober 2017 43.KW (n=1.325)

spielte dabei der Begriff von Demoskopie als „Herrschaftswissen“ eine große Rolle, der in der Regel Wilhelm Hennis zugeschrieben wird. Liest man seine Schrift „Meinungsforschung und Repräsentative Demokratie“ von 1957 jedoch noch einmal⁸, stellt man fest, dass dieser Aspekt dort nur eine marginale Rolle spielt. Hennis sieht in der Demoskopie vielmehr eine Bedrohung einer für die Demokratie notwendigen öffentlichen Meinung, der eine ganz andere Qualität zukomme als der bloßen Erfassung temporärer Stimmungen im Elektorat.

Es würde sich m.E. lohnen, darüber einmal neu nachzudenken, auch wenn ich befürchte, dass ein heutiger Politikstudent der dort aufgeworfenen Fragestellung mit völligem Unverständnis begegnen würde, von einer extrem egalitär ausgerichteten heutigen Öffentlichkeit ganz zu schweigen.

Die ersten Jahrzehnte der Bundesrepublik waren sicherlich dadurch gekennzeichnet, dass vor allem die Parteien und Regierungen einen exklusiven und zumeist geheimen Zugang zu Umfrageergebnissen hatten, weil sie die einzigen Auftraggeber davon waren. Sie konnten die dort gewonnenen Erkenntnisse für ihre Herrschaftsausübung nutzen.

Inzwischen haben die Medien die Meinungsforschung weitgehend in Besitz genommen. Das hat vielfältige Auswirkungen auch auf die Medienlandschaft und natürlich auf die Demoskopie selbst gehabt. Man kann fast sagen, dass diese in einer extrem schnelllebigen Zeit ein Stück Massenware geworden ist, die durch modernen Journalismus sogar versucht wird, noch weiter zu beschleunigen. Heute jagt eine Umfrage die andere, eine immer weniger differenzierte Wahrnehmung ist die Folge davon. Aber von einem

missbräuchlichen Vorteil der Regierenden durch Meinungsforschung bei der Herrschaftsausübung kann man wahrlich nicht mehr reden.

Unser erklärtes Ziel ist es immer gewesen, durch ein Minimum an Kompromissen diesen Inflationierungstendenzen zu begegnen und zu versuchen, das Politbarometer als einen Inbegriff an Seriosität zu erhalten. Das ist erleichtert worden, weil die dafür notwendigen Voraussetzungen schon sehr früh gelegt worden sind: Die Etablierung des Politbarometers war bereits abgeschlossen, bevor der „Tsunami der Massenware“ uns alle überschwemmt hat.

Im Rückblick glaube ich, dass wir uns auch angesichts großer Konkurrenz sehr gut behauptet haben. Wir werden jedoch Einiges investieren müssen, um diesen Standard auch in der Zukunft erhalten zu können.

Lange Zeitreihen: der größte Schatz des Politbarometers

Für die Medien ist das Politbarometer primär Lieferant aktueller Daten. Für die Wahlforschung hingegen hat das Politbarometer einen unermesslichen Schatz an systematisch gepflegten langen Zeitreihen in den 40 Jahren seines Bestehens geschaffen, der immer wieder aufs Neue für die empirische Forschung mit unterschiedlichsten Fragestellungen herangezogen werden kann. Anhand eines Beispiels aus dem Politbarometer soll dies abschließend aufgezeigt werden, das m.E. paradigmatisch für den Anspruch dieses Instruments steht. Es zeigt, wie bei systematischer Pflege von Zeitreihendaten mit deren Hilfe auch aktualitätsgerechte Erkenntnisse präsentiert werden können.

Im Politbarometer von Ende Oktober

2017 hat die Forschungsgruppe Wahlen die „klassische“ Frage wieder gestellt, ob die Leute glauben, dass heute bei uns in Deutschland im Großen und Ganzen die richtigen Leute in den führenden Positionen sind. Diese Frage haben jetzt 46% bejaht, 44% verneint und 10% haben darauf keine Antwort gegeben. Die gleiche Frage war auch im ersten gesendeten Politbarometer vom April 1977 enthalten.

Damals, also zu einer Zeit, in der wir noch charismatische Politiker hatten, ein überschaubares Parteiensystem und in ihrer Autorität weniger stark bedrängte Eliten, fiel dennoch das Urteil ausgesprochen vernichtend aus. Lediglich 28% vertraten damals die Auffassung, dass in der Bundesrepublik die richtigen Leute in den führenden Positionen sind. 47%, also ähnlich viele wie heute, verneinten diese Frage. Allerdings sah sich damals fast jeder Vierte (24%) nicht in der Lage, die Frage zu beantworten.

Ein doch überraschendes Ergebnis angesichts der nicht nur in populistischen

Kreisen heute weit verbreiteten Elitenschelte auch außerhalb des politischen Bereichs.

- 1 Der Autor bedankt sich im Namen der Forschungsgruppe Wahlen bei GESIS namentlich Herrn Prof. Dr. Wolf und Frau Dr. Eder. Ohne deren Anregung zu dieser Veranstaltung und die Organisation wäre diese Tagung nicht zustande gekommen.
- 2 Sprickmann Kerkerinck, Detlef: Die „Erfindung“ des Politbarometers. In: Wüst, Andreas (Hg.): Politbarometer. Opladen 2003; S. 17ff.
- 3 Schönenborn, Jörg: Demoskopie in der beschleunigten Stimmungsdemokratie. In: Machnig, Matthias/Raschke, Joachim (Hg.): Wohin steuert Deutschland? Hamburg 2009, S. 311.
- 4 Richtlinie für die Veröffentlichung von Ergebnissen der Wahlforschung. Herausgegeben vom Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM), der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI) und dem Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM). www.adm-ev.de/Richtlinien/ (Download)

- 5 Die ARD bzw. infratest-dimap stellt offensichtlich nur diejenigen Interviews des DeutschlandTrend bei GESIS zur Verfügung, die aus der Festnetzstichprobe stammen. Dadurch fehlt ca. ein Drittel der Interviews, die in die Sonntagsfrage eingehen. Zudem wird eine fallweise Genehmigung für die Herausgabe der Datensätze verlangt.
- 6 <https://www.zdf.de/gesellschaft/generation-what/generation-what-abschlussbericht-100.html> abgerufen am 29.11.2017
- 7 Gerrit Richter im Interview mit Sabine Hedewig-Mohr <http://www.horizont.net/planung-analyse/nachrichten/Wahl--und-Meinungsforschung-Zeit-fuer-einen-fairen-Deal-mit-den-Teilnehmern-157818>, abgerufen am 29.11.2017.
- 8 Hennis, Wilhelm: Meinungsforschung und repräsentative Demokratie. Tübingen 1957.

Matthias Jung

Vorstand Forschungsgruppe
Wahlen e.V., Mannheim

matthias.jung@forschungsgruppe.de

doi: 10.15464/isi.60.2018.3-6

The Christian Democratic and the Christian Social Union

Party and Voter Shifts during the Chancellorship of Angela Merkel

The German party system is one of the most stable party systems in the European Union (Saalfeld 2002). Nevertheless, caused by external events, transition of voters, or other structural opportunities, political parties occasionally change their positioning in the party system and new parties emerge (Nestler and Rohgalf 2014; Niedermayer 2015; Poguntke 2014). In the years of Angela Merkel's chancellorship, the Christian Democratic and the Christian Social Union (CDU/CSU) gradually

shifted from a moderate right-wing position in the political system towards the center (Clemens 2013). Through this policy shift, the party aimed to attract voters located at the center of the political spectrum. However, those voters positioning themselves at the politically right margin and having given their voice to the Union in previous elections did not see their interests represented anymore (Decker 2017: 58-59). By moving the party to the left, the ideological distance to former voters located at the

moderate right grew. As a result, an unanswered electoral demand on the right side of the German political sphere occurred (Decker and Lewandowsky 2017: 33-43; Franzmann 2016).

This situation might have changed by the formation of the party Alternative for Germany (AfD) in 2013 (Nestler and Rohgalf 2014). At the beginning, the AfD primarily advocated economically right-wing positions closely linked to the European Financial Crisis (Niedermayer 2015; Niedermayer and Hofrich-