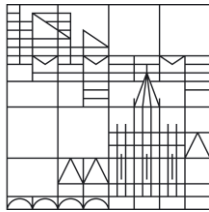


Universität
Konstanz



u^b

b
**UNIVERSITÄT
BERN**

Der Einfluss von Umfragen auf den direktdemokratischen Meinungsbildungsprozess

Bearbeitung: Dr. Thomas Milic, Universität Bern
Leitung: Prof. Dr. Markus Freitag, Universität Konstanz
Prof. Dr. Adrian Vatter, Universität Bern

Bern und Konstanz, August 2010

Studienbericht im Auftrag
der Chefredaktorenkonferenz der SRG

Inhalt

I Zusammenfassung.....	3
1 Einleitung.....	5
2 Theoretische Grundlagen: Eine Typologisierung von Umfrageeffekten.....	8
2.1 Umfragewirkungen auf die Meinungsbildung.....	8
2.2 Umfragewirkungen auf die Partizipationsbereitschaft.....	9
2.3 Umfrageresultate als Entscheidungshilfen.....	10
2.4 Was wir von Demoskopieeffekten bei Schweizer Sachabstimmungen wissen	12
3 Die spezifische Entscheidungssituation bei der Abstimmung über die Minarettverbots-Initiative.....	12
3.1 Auf welcher Grundlage wurde entschieden? Eine Analyse zu systematischen und heuristischen Informationsverarbeitungsprozessen	13
3.2 Der Meinungsbildungsprozess.....	16
3.3 Wie stark wurden die demoskopischen Ergebnisse beachtet?	22
4 Welchen Einfluss hatten die Vorumfragen auf den Minarettverbots-Entscheid?	23
4.1 Ein Profil der Nutzer von Umfrageresultaten	24
4.2 Umfragenutzung und Entscheidung.....	25
5 Die Mobilisierung der Stimmbevölkerung bei der Abstimmung über die Minarettverbots-Initiative	29
5.1 Der Mobilisierungsprozess bei der Minarettverbots-Abstimmung	29
5.2 Mobilisierungsprozesse im Vergleich.....	31
5.3 Mobilisierungseffekte durch die Vorumfragen?.....	34
6 Schlussfolgerungen und Empfehlungen.....	36
7 Anhang A: Abbildungen und Tabellen.....	39
8 Anhang B: Autorenverzeichnis.....	41
Literaturverzeichnis.....	42

I Zusammenfassung

Am 29. November 2009 wurde die Volksinitiative „Gegen den Bau von Minaretten“ vom Schweizer Stimmvolk mit 57.5 Prozent Ja-Stimmen angenommen. Für viele Journalisten und politische Beobachter, aber auch für die Behörden kam dieses Ergebnis überraschend. Nicht zuletzt deswegen, weil sich in den gfs.bern-Vorumfragen vom 17. November 2009 noch eine knappe Mehrheit (53%) der teilnahmewilligen Stimmberechtigten gegen das Volksbegehren ausgesprochen hatte. In der Folge wurde über Sinn und Zweck sowie über das Einflusspotential von Meinungsumfragen kontrovers diskutiert. Den Abstimmungs-vorumfragen wurde dabei von verschiedener Seite ein demokrateschädlicher Einfluss attestiert. Hatte die Publikation der demoskopischen Resultate im Vorfeld der Minarettverbots-Abstimmung tatsächlich einen Effekt auf die Meinungsbildung oder auf die Partizipationsbereitschaft der Stimmbürger und Stimmbürgerinnen? Dieser Frage geht die vorliegende Studie nach. Weiter beschäftigen wir uns auch mit dem Mobilisierungprozess im Vorfeld der Abstimmung vom 29. November 2009. Die zentrale Fragestellung dieses zweiten Teils des vorliegenden Berichts lautet: Haben sich gewisse Merkmalsgruppen besonders stark beteiligt und wurden andere Gruppen allenfalls demobilisiert?

Zunächst ist generell festzuhalten, dass die Umfrageforschung bisher keine oder nur schwache Demoskopieeffekte nachweisen konnte. Hardmeier und Roth (2003) haben die Ergebnisse von 34 Studien über die Wirkung von publizierten Meinungsumfragen ausgewertet und halten fest, dass die ausgewiesenen Effekte zumeist entweder nicht signifikant oder aber vernachlässigbar gering seien. Hinzu kommt, dass im Falle der Minarettverbots-Initiative Umfrageeffekte apriori sehr unwahrscheinlich waren. Denn diese Vorlage wurde aufgrund von stabil verankerten Prädispositionen bewertet. Die Analyse des Meinungsbildungsprozesses und der Stimmdeterminanten hat gezeigt, dass eine überwältigende Mehrheit der Stimmbürger und Stimmbürgerinnen eine Entscheidung fällte, die im Einklang stand mit ihren inneren Überzeugungen und politischen Grundhaltungen. Weiter war eine grosse Mehrheit des Elektorats gut über die Vorlage informiert, was eine unreflektierte Orientierung an Umfrageergebnissen äusserst unwahrscheinlich macht.

Die Analyse der Medienkonsumgewohnheiten, der Stabilität der politischen Grundhaltungen und der Entscheidungsschwierigkeiten des typischen Umfragennutzer macht deutlich, dass dieser nur ein geringes Persuasionspotential aufweist. Der Umfragennutzer entspricht nicht dem von Medieninformationen beliebig manipulierbaren Stimmbürger. Im Gegenteil, er nimmt politische Informationen eher kritisch auf und informiert sich auch vielseitig.

Schliesslich haben Umfragennutzer auch nicht anders entschieden als diejenigen, die demoskopischen Resultaten keine Beachtung schenken. Die Analyse der Vox-Nachbefragungsdaten zeigt, dass die Stimmentscheidungen dieser beiden Gruppen sich nicht signifikant voneinander unterscheiden.

Trieben die Vorumfrageergebnisse die Stimmbürgerschaft bzw. bestimmte Merkmalsgruppen an die Urnen oder hatten sie auf einige Wähler und Wählerinnen eher eine demobilisierende Wirkung? Alle gesammelten empirischen Belege sprechen gegen einen Mobilisierungseffekt. Von einem Defätismus-Effekt kann alleine schon deshalb nicht die Rede sein, weil die in den Vorumfragen hinten liegenden Initiativbefürworter ja letztlich siegreich aus der Abstimmung hervorgingen. Ausserdem haben sich Merkmalsgruppen, die gesamthaft gesehen eher zu einem Ja tendierten, in der Regel überdurchschnittlich stark beteiligt. Bei denjenigen Merkmalsgruppen, bei denen die Mehrheit ein Nein zur Initiative in die Urne legte, war die Beteiligungsquote hingegen nicht immer überdurchschnittlich hoch. Im Gegenteil, zuweilen war sie gar unterdurchschnittlich. Dies ist jedoch kaum auf einen Umfrageeffekt zurückzuführen. Denn in einem solchen Fall müssten die Vorumfragewerte bei allen, die sich zu den vermeintlichen Abstimmungssiegern zählten, Lethargiegefühle verbreitet haben. Dies ist jedoch nicht der Fall.

Es gibt ebenfalls keine gesicherten empirischen Hinweise darauf, wonach die Stimmbürger im Glauben daran, dass die Initiative ohnehin abgelehnt würde, die eigene Stimme zu Signalisationszwecken verwendeten. In der Motivanalyse der Vox-Nachbefragung deutet wenig auf solche „Denkzettel-Stimmende“ hin.

Insgesamt zeigt sich, dass die Vorumfragen keinen Einfluss auf das Entscheidungsverhalten der Stimmbürgerschaft hatten und mit sehr grosser Wahrscheinlichkeit auch die Beteiligungsbereitschaft nicht beeinträchtigten.

1 Einleitung

Zum Erstaunen von Bundesbern, aber auch zahlreicher Journalisten und politischer Beobachter wurde am 29. November 2009 die Volksinitiative „Gegen den Bau von Minaretten“ vom Schweizer Stimmvolk mit 57.5 Prozent Ja-Stimmen angenommen. Die deutliche Zustimmung überraschte viele - auch den Bundesrat.¹ Dies deshalb, weil sich in den gfs.bern-Vorumfragen vom 17. November 2009² noch eine knappe Mehrheit (53%) der teilnahmewilligen³ Stimmberechtigten gegen das Volksbegehren ausgesprochen hatte. Als Folge dieses „Umfrage-GAU“ wurden die angewandten Erhebungsmethoden bei den Vorumfragen der gfs.bern, die Ausschöpfungsquote der Befragung, aber auch Sinn und Zweck von Meinungsumfragen generell kontrovers diskutiert.⁴ Selbst demokratiethoretische Aspekte wurden debattiert: Nationalrat Christoph Mörgeli (SVP) reichte als unmittelbare Reaktion auf die Ereignisse vom 29. November 2009 eine parlamentarische Initiative zum Verbot von Meinungsumfragen ein, weil er es als wissenschaftlich erwiesen ansah, dass „solche Umfragen meinungsbeeinflussend und mobilisierend wirken, dass sie leicht zu manipulieren sind und dass sie konkrete Auswirkungen auf den Ausgang von Wahlen und Abstimmungen haben können.“⁵

Ein unwiderlegbares und empirisch vielfach erhärtetes Faktum sind Umfrageeffekte jedoch nicht. Alexander Gallus (2002:33) resümiert in seinem Literaturbericht zu den Wirkungen der Demoskopie auf die Wahlentscheidung der Bürger: „Insgesamt sind die Antworten auf die Frage nach dem Einfluss von Wahlumfragen auf die Wahlentscheidung *bis heute kaum empirisch fundiert* (Hervorhebung, die Autoren).“ In einer weiteren Metaanalyse von 34 Studien über die Wirkung von publizierten Meinungsumfragen kommen Hardmeier und Roth (2001) zwar zum Schluss, dass Effekte auf das Stimmverhalten (nicht aber auf die Partizipationsbereitschaft) in der Mehrheit der Studien haben nachgewiesen werden können. Indes, so führen die Autoren weiter aus, diese Effekte seien oft vernachlässigbar gering.⁶ Ferner ist es so, dass in jenen Fällen, in welchen signifikante Effekte nachgewiesen werden konnten, sich diese in der Regel gegenseitig neutralisieren (Lavrakas 1991). Aufschlussreich sind in diesem Zusammenhang auch diejenigen Studien, welche den Einfluss von Exit-Polls auf das Wahlverhalten analysieren. Bei den amerikanischen Präsidentschaftswahlen ist es nicht unüblich, dass Wähler der Westküstenstaaten ihre Stimme abgeben, während im Fernsehen bereits die ersten Ergebnisse von Exit-Polls aus den Ostküstenstaaten

¹Bundesrat Moritz Leuenbergers Antwort auf eine entsprechende Anfrage von NR Christoph Mörgeli: „Auch der Bundesrat hat im Fall der Minarett-Initiative die Differenz zwischen Umfrage und Realität mit Erstaunen zur Kenntnis genommen und erachtet sie angesichts der Tragweite von Abstimmungsergebnissen als staatspolitisch gravierend.“ (Amtliches Bulletin. 09.5551. Fragestunde Frage Mörgeli Christoph. SRG-Abstimmungsprognosen der Firma gfs.bern.)

²Claude Longchamp et al. (2009): Medienbericht zur Begleitstudie „Abstimmung vom 29. November 2009, 2. Welle, Bern, 17. November 2009“ im Auftrag von SRG SSR Idée Suisse. Die Vorbefragung wurde zwischen dem 9. und 14. November 2009 durchgeführt.

³Die Stimmabsicht wurde für diejenigen ausgewiesen, die bei der Vorumfrage angaben, *bestimmt* teilnehmen zu wollen.

⁴Z.B. NZZ vom 12.12.2009, Silvano Möckli: „Warum das Volk nicht „gespürt“ wurde.“ NZZ vom 9. Februar 2010, Peter Atteslander: „Umfrageforschung muss professionalisiert werden - nicht verboten.“

⁵Parlamentarische Initiative 09.524 „Verbot von Meinungsumfragen zu Wahlen und Abstimmungen für Radio und Fernsehen.“

⁶Die Autoren haben insgesamt 74 Befunde über die Wirkung von Meinungsumfragen ausgewertet, darunter auch quasi-experimentelle Untersuchungen. Der durchschnittliche Effektkoeffizient für Bandwagon-Effekte beträgt .11 und für Underdog-Effekte -.08. Diese Werte deuten auf eine schwache Wirkung von Meinungserhebungen auf das Wahlverhalten hin. Vgl. hierzu auch Traugott (1992).

verbreitet werden. Die Ergebnisse der Wahltagsbefragung („Exit-Polls“) sind zwar nicht gleichzusetzen mit Vorbefragungen, aber prinzipiell sind dieselben Effekte zu erwarten. Jedoch konnten auch hier nur äusserst schwache Effekte nachgewiesen werden (Mendelssohn und Crespi 1978, Jandura und Petersen 2009). Kurz, für Umfrageeffekte fehlt bisher (fast) jede empirische Evidenz.

Allerdings sind diese Resultate nicht ohne Weiteres auf den Schweizer Kontext und auf Sachabstimmungen übertragbar, denn sie wurden in der Regel bei US-amerikanischen Präsidentschaftswahlen ermittelt. Die bei solchen Wahlen durchaus plausiblen strategischen Kalküle, die sich aus der Berücksichtigung von Umfrageergebnissen beim einzelnen Wähler in einem Majorzsystem ergeben können („taktisches Wählen“ vgl., Cain 1978, Forsythe et al. 1993, Forsythe et al. 1996, McAllister und Studlar 1991), sind in einem Proporzwahlssystem weniger wahrscheinlich (siehe aber auch: Kirchgässner 1986, Brettschneider 2000). Hinzu kommt, dass Meinungsumfragen in der Schweiz nicht im selben Ausmass wie in den USA publiziert (Brady und Orren 1992, Ladd und Benson 1992, Hardmeier 2003) und zudem bei weitem nicht so stark beachtet werden (Hardmeier und Roth 2003). Schliesslich muss davon ausgegangen werden, dass Meinungsumfragen in den unterschiedlichen Settings von Wahlen und Sachabstimmungen auch eine unterschiedliche Wirkung haben.⁷

Aus all diesen Gründen lohnt es sich, folgenden Fragen nachzugehen: Welchen Einfluss haben Umfragen auf den direktdemokratischen Meinungsbildungsprozess in der Schweiz? Beeinflussen sie den Meinungsbildungsprozess und/oder die Bereitschaft, an der Abstimmung teilzunehmen? Sodann: Wie sah der Mobilisierungsprozess im Vorfeld der Minarettverbots-Abstimmung aus? Nahmen - unabhängig von potentiellen Umfrageeffekten - gewisse Merkmalsgruppen stärker an diesem Urnengang teil als andere? Um diese Fragen zu beantworten, möchten wir zunächst einmal einen kurzen Überblick über den Forschungsstand zu den Effekten demoskopischer Resultate auf das Abstimmungsverhalten geben. Danach folgt eine Schilderung der spezifischen Entscheidungssituation bei der Minarett-Abstimmung. Dabei möchten wir im Speziellen einige, medial breit gestreute Interpretationen der „Fehlprognose“ zum Minarettentscheid empirisch überprüfen. Sodann präsentieren wir unsere Analyseergebnisse zur Meinungsbildung und Mobilisierung bei der Minarettverbots-Abstimmung und vergleichen diese mit ähnlichen Vorlagen aus der jüngeren Vergangenheit. Den Schluss bildet das Fazit, das wir aus der empirischen Analyse ziehen.

Die Daten, die uns zur Verfügung standen, waren die SRG-Vorumfragen und die Vox-Nachbefragungen. Beide werden vom Umfrageinstitut gfs.bern durchgeführt. Die Vorumfragen erfolgen im Auftrag der SRG SSR Idée Suisse, umfassen in der Regel je ca. 1200 Befragte und werden zu zwei Zeitpunkten (ca. sechs bzw. zwei Wochen vor dem Abstimmungstermin)⁸ durchgeführt. Die repräsentativen Vox-

⁷Verschiedentlich wurde argumentiert, dass es bei Sachabstimmungen nicht um eine Partei- oder Personenwahl ginge und demnach Parteibindungen eine geringere Rolle spielten. Das (Meinungs-)Feld sei deswegen gewissermassen „frei“ für Umfrageeffekte (siehe dazu: Nadeau, Cloutier und Guay 1993, West 1991, Cloutier, Nadeau und Guay 1989, Marsh 1984). Bloss, zum einen spielen Parteibindungen auch bei Sachabstimmungen eine bedeutende Rolle (Milic 2010) und zum anderen werden bestimmte Sachfragen aufgrund sehr stabiler Prädispositionen bewertet, welche - was ihre Struktur betrifft - durchaus mit Parteibindungen vergleichbar sind.

⁸Beispielsweise lagen zwischen der Minarettverbots-Abstimmung und dem mittleren Befragungstag der letzten Vorumfrage 18 Tage.

Befragungen werden im Nachgang zu eidgenössischen Urnengängen durchgeführt (in der Regel innerhalb von ca. 2 Wochen) und umfassen etwa 1000 Befragte.⁹

Wir möchten zudem gleich in der Einleitung auf Folgendes hinweisen, was in der Öffentlichkeit zu wenig beachtet wurde: Das gfs.bern erstellte keine Prognosen im eigentlichen Sinne, sondern präsentierte *Trends*. Im gfs.bern-Medienbericht zur zweiten Umfragewelle wurde auch explizit darauf hingewiesen, dass es sich bei den präsentierten Ergebnissen um ein momentanes variables Stimmungsbild handelt und nicht um Abstimmungs*prognosen*. Allerdings haben sowohl die (Medien-)Öffentlichkeit als auch politische Beobachter und Verantwortungsträger dies - die in der Einleitung angeführten Zitate belegen dies eindrücklich - nicht in dieser Form wahrgenommen. Vielmehr signalisierten die Ergebnisse für die allermeisten Konsumenten der SRG-Vorumfragen eine zu erwartende Nein-Mehrheit. Diese aus den Vorumfragen abgeleiteten Erwartungen seien unprofessionell, schreibt Peter Atteslander (NZZ vom 9.2.2010, „Umfrageforschung muss professionalisiert werden - nicht verboten.“). Dies mag zutreffend sein, doch ungeachtet dessen, ob es zulässig ist, auf der Basis von Vorumfragen Abstimmungssieger und -verlierer vorauszusagen, war einzig *diese* Wahrnehmung entscheidend für die danach einsetzenden Grundsatzdiskussionen über die Umfrageforschung in der direkten Demokratie (und im Übrigen auch der Ausgangspunkt der vorliegenden Forschungsstudie). Denn über die gfs.bern-Vorumfragen wurde nicht deshalb hitzig debattiert, weil sie ein Abbild eines *momentanen, veränderlichen* Meinungsklimas waren, sondern weil sie als Prognosen aufgefasst wurden. Wenn also im Text - eigentlich zu Unrecht - von „Fehlprognosen“ oder dergleichen die Rede ist, beziehen wir uns lediglich darauf, wie die gfs.bern-Trendaussagen in der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen wurden und nicht darauf, was sie wirklich sind, nämlich „ein mehr oder weniger präzises Meinungsbild gut zwei Wochen vor der Abstimmung“ (Peter Atteslander, NZZ vom 9.2.2010).

Für weitere Details zu den Befragungsdaten verweisen wir auf die jeweiligen Medienberichte des gfs.bern.

⁹Die Vox-Samples umfassten bis 1986 700 zu befragende Personen, danach 1000 und wurden 2010 auf 1500 aufgestockt.

2 Theoretische Grundlagen: Eine Typologisierung von Umfrageeffekten

2.1 Umfragewirkungen auf die Meinungsbildung

Dass Umfrageresultate einen Einfluss auf das Wahl- und Stimmverhalten haben könnten, ist eine Befürchtung, die ebenso alt ist wie die Meinungsforschung selbst. Als im Jahre 1936 zum ersten Mal repräsentative Befragungsdaten zu den bevorstehenden US-Präsidentenwahlen veröffentlicht wurden, äusserte die *New York Times* die Befürchtung, dass die vom „Herdeninstinkt“ getriebene Masse sich nun geneigt fühlen könnte, auf den führenden Wagen - den „bandwagon“ - aufzuspringen (Hardmeier und Roth 2003). Das Bild des Menschen wurde damals u.a. von den Erfahrungen mit der Allmacht der Nazi-Propaganda geprägt und war somit äusserst pessimistisch (siehe: Bonfadelli 2000, Schenk 2002): das Individuum, so die einhellige Meinung unter den frühen Medienwissenschaftlern, ist ein „atomisiertes“, sozial isoliertes Wesen, das von den Medien beliebig manipuliert werden könne („Omnipotenz-These“). Vor diesem Hintergrund überrascht es kaum, dass die *New York Times* eindringlich davor warnte, dass dieses neue Instrument der Meinungsforschung in den falschen Händen zu einem demokratieschädlichen Macht- und Propagandavehikel mutieren könnte. Dieses Misstrauen gegenüber der Demoskopie ist zwar keinesfalls zugunsten ihrer euphorischen Unterstützung gewichen. Indes, es hat deutlich abgenommen, seitdem die akademische Wahlforschung (zuerst: Lazarsfeld, Berelson und Gaudet 1948) nachweisen konnte, dass das Persuasionspotential der Massenkommunikation deutlich geringer ist als man es in den „dunklen“ 1930er Jahren noch angenommen hatte. Allerdings: die von der *New York Times* postulierte Wirkungsvermutung des Bandwagon-Effekts besitzt nach wie vor eine gewisse Plausibilität. Wir wollen deshalb nachfolgend die beiden Wirkungshypothesen, die in der Meinungsforschung diskutiert werden, kurz vorstellen (für eine detaillierteren Überblick siehe: Donsbach 2001):

- Der **Bandwagon-Effekt** beschreibt das Phänomen, wonach Wähler oder Stimmbürger sich allein aufgrund von demoskopischen Werten auf die Seite des vermeintlichen Siegers schlagen. Dabei spielt es keine Rolle, ob man seiner ursprünglichen Stimmabsicht abschwört oder sich eine solche erst auf der Basis der Umfrageresultate bildet (Kenney und Rice 1994).

- Die zweite Wirkungshypothese, der **Underdog-Effekt**, postuliert einen gegenteiligen Wirkungszusammenhang: Die Umfrageresultate lösen beim Stimmbürger Trotzgefühle oder Mitleid mit dem vermeintlichen Verlierer aus, weshalb er sich dem voraussichtlichen Underdog anschliesst (Daschmann 2000, Faas und Schmitt-Beck 2007).¹⁰

¹⁰Hardmeier und Roth (2003) interpretieren den Underdog-Effekt auch als Anti-Establishment-Effekt. Wir glauben jedoch, dass diese Phänomene auseinandergehalten werden müssen. Wer einen anti-elitären Reflex besitzt, stimmt stets gegen die Regierung - unabhängig davon, ob Umfragen einen Regierungssieg oder eine Niederlage für die Landesexekutive prognostizieren.

2.2 Umfragewirkungen auf die Partizipationsbereitschaft

Wir haben damit Umfragewirkungen auf die *Meinungsbildung* umschrieben. Indes, Umfragewerte können auch einen Einfluss auf die *Partizipationsbereitschaft* haben. Gerade im Hinblick auf die Minarett-verbots-Abstimmung, bei welcher sich ungewöhnlich viele selektive Urnengänger beteiligten,¹¹ müssen auch die *Mobilisierungswirkungen* der Demoskopie kurz vorgestellt werden:

- Dem **Mobilisierungseffekt** zufolge setzen Befragungsberichte, die einen knappen Ausgang prognostizieren, stärkere Anreize, sich zu beteiligen.¹² Diese These wurde in unterschiedlichen Zusammenhängen überprüft - auch für die Schweiz. Die Knappheit des Stimmausganges scheint einen indirekten Einfluss auf die Stimmbeteiligung zu haben: Ein Kopf-an-Kopf-Rennen motiviert die Kampagnenleiter, mehr Geld in die Wahl- oder Abstimmungskampagnen zu investieren. Das wiederum signalisiert dem Stimmbürger, dass es sich bei der umstrittenen Vorlage um ein äusserst wichtiges Projekt handeln muss, weshalb er sich auch eher an der Abstimmung beteiligt (Kirchgässner 2004, Kriesi 2009). Im Zusammenhang mit der Minarettverbots-Initiative lohnt es sich aus zwei Gründen kaum, der Frage nach einem Mobilisierungseffekt weiter nachzugehen: Erstens, wurde kein (vergleichsweise) knappes Resultat vorausgesagt. Zweitens, selbst wenn die Umfrage eine Massenmobilisierung ausgelöst hätte, wäre dies demokratietheoretisch nicht weiter bedenklich. Im Gegenteil, aus einem partizipationstheoretischen Blickwinkel ist es gar *begrüssenswert*, wenn sich so viele Bürger wie möglich an einer direktdemokratischen Entscheidung beteiligen.

- Dem **Defätismus-Effekt** liegt die Annahme zugrunde, dass die voraussichtlichen Verlierer aufgrund der Umfrageresultate resignieren und als Folge der Urne fernbleiben.¹³ Ein strukturell ähnliches Phänomen ist die Schweigespirale (Noelle-Neumann 2001), welche auch im Nachgang zur Minarettverbots-Abstimmung bemerkt wurde.¹⁴ Hinter der Schweigespirale steht die Überlegung, wonach die vermeintliche Minderheit verhindern möchte, sozial isoliert dazustehen und als Konsequenz ihre vermeintliche Minderheitenposition nicht äussert. Genau dies bringt aber die Schweigespirale noch *stärker* ins Drehen, mit der Folge, dass aus der vermeintlichen eine tatsächliche Minderheitenposition wird. Der Schweigespiralen-effekt äussert sich nicht bloss in einer geringen Beteiligung dieser „schweigenden Mehrheit“, sondern auch in einer Zunahme an Antwortverweigerungen bei Meinungsumfragen.

¹¹An der Minarett-Initiativabstimmung nahmen 98.5% derjenigen teil, die von sich sagen, keine einzige Abstimmung auszulassen (Durchschnittswert 1999-2004: 94.2%). Die selektiven Urnengänger (6-9 Teilnahmen bzw. 1-5 Teilnahmen an 10 Abstimmungen) partizipierten bei der untersuchten Abstimmung signifikant höher (entsprechende Beteiligungsraten: 82.4% bzw. 28.4%) als im sechsjährigen Durchschnitt zwischen 1999 und 2004 (61.7% bzw. 23.4%). Die politisch Abstinente nahmen gemäss eigenen Angaben zu 3 Prozent bei der Abstimmung vom 29.11.2009 teil, während dieser Anteil im Schnitt bloss 1 Prozent beträgt. Hierzu noch folgende Bemerkung: Um eine Vergleichbarkeit zu ermöglichen, wurden die Beteiligungswerte *nicht* gewichtet.

¹²Aus der Sichtweise des *homo oeconomicus* erhält die eigene Stimme bei einer voraussichtlich knappen Entscheidung einen höheren Stimmwert, denn sie könnte in einer solchen Entscheidungssituation die ausschlaggebende Stimme sein (vgl. hierzu das Konzept des „rationalen Narren“ (Braun 1999))!

¹³Bei der Minarettverbots-Abstimmung mag auch das Gegenteil der Fall gewesen sein: der Rückstand bei Meinungsumfragen spornte die Befürworter erst recht an, sich zu beteiligen („Jetzt-erst-recht-Effekt“).

¹⁴NZZ vom 12.12.2009, Silvano Möckli: „Warum das Volk nicht „gespürt“ wurde.“

- Der **Lethargie-Effekt** wird von den voraussichtlichen Siegern einer Abstimmung gefürchtet (und mit nicht nachlassenden Aufrufen, sich unbedingt zu beteiligen, bekämpft): In der Gewissheit des sicheren Sieges beteiligen sich die Unterstützer der Mehrheitsposition gar nicht erst an der Abstimmung und tragen so allenfalls zu einer überraschenden Niederlage bei.

- Die Einschätzung des Meinungsklimas im Generellen und von Umfrageresultaten im Speziellen können unter Umständen dazu führen, dass der Stimmbürger „strategisch“ stimmt. **Strategisches Stimmen** meint eine Stimmabgabe, die (bewusst) nicht der eigentlichen *Stimmabsicht* entspricht. Ein eindrückliches, wenn auch nicht unumstrittenes Beispiel sind die Denkkettel-Stimmenden bei der ersten Armeeabschaffungsabstimmung von 1989: Aufgrund dessen, dass niemand ernsthaft mit einem Sieg der Armeegegner rechnete, verwendete eine beträchtliche Zahl von Stimmbürgern ihre Stimmkraft zu reinen *Signalisationszwecken*. Sie beabsichtigten keinesfalls, die Armee tatsächlich abzuschaffen (und wären wohl entsetzt gewesen, wäre ein solches Ergebnis zustande gekommen), sondern wollten lediglich der Militärführung signalisieren, dass eine *Armee reform* an der Zeit sei (Longchamp 1990).

2.3 Umfrageresultate als Entscheidungshilfen

Die bisher vorgestellten Effekte gehen alle von *direkten, psychologischen* Mechanismen aus. Die Befragungsdaten dienen ihren Nutzern dazu, gewisse Emotionen und Affekte zu befriedigen. Beispielsweise erhofft man sich eine Art von „seelischer Gratifikation“, wenn man sich auf die Seite des Siegers stellt bzw. man wird von der Angst vor sozialer Isolierung befreit. Diese Erklärungsansätze sind ihrer psychologischen Effekte wegen als sozialpsychologisch zu bezeichnen (siehe hierzu: Hardmeier und Roth 2003, Hardmeier 2008). Umfrageresultate können jedoch auch als mentale Abkürzungen verwendet werden, um Informationskosten zu sparen. Die Kognitionsforschung nennt solche Abkürzungen „Heuristiken“. Sie ermöglichen einem Individuum, komplexe Entscheidungssituationen ohne grossen kognitiven Aufwand zu meistern. Ein Beispiel: Es steht eine Abstimmung über ein komplexes Steuergesetz an. Anstatt sich mit dem Entscheidungstoff detailliert und systematisch auseinanderzusetzen, wendet ein Stimmbürger eine simple Heuristik an: er folgt dem von einem renommierten Umfrageinstitut prognostizierten Sieger. Die Heuristik, die dabei verwendet wird, ist diejenige, wonach sich eine Mehrheit der Stimmbürger nicht irren kann („Mehrheitsheuristik“).¹⁵

Heuristiken werden selten bewusst oder strategisch eingesetzt.¹⁶ In der Regel handelt es sich bei der Heuristikbefolgung um einen routinisierten und habitualisierten Prozess, der - wie gesagt - äusserst voraussetzungsarm ist. Aus diesem Grund ist auch nicht zu erwarten, dass die Mehrheit der Stimmbürger

¹⁵Der Umstand, dass Vorumfragen einen Kandidaten (oder ein Lager) deutlich vorne sehen, mag auch dazu führen, dass sich der Umfragenutzer überlegt, weshalb dies so ist. Ohne die genauen Gründe für die (vermeintliche) Popularität des in Führung liegenden Kandidaten zu kennen, überzeugt sich die betreffende Person in der Folge davon, dass „etwas“ an diesem Kandidaten sein muss, denn ansonsten würden sich doch nicht so viele für ihn entschieden haben („self-persuasion“, (Mutz 1997)).

¹⁶Dies ist zwar durchaus möglich (Lau und Redlawsk 2001), aber mit Gewissheit kein Massenphänomen.

bei einer Nachbefragung ausweist, solche *shortcuts* verwendet zu haben. Gleichwohl sind die Ergebnisse der Heuristikforschung von grossem Wert, die vorliegende Forschungsfrage zu beantworten. Denn auf Heuristiken wird vor allem dann zurückgegriffen, wenn der Stimmbürger entweder nicht willens ist (Motivation) oder nicht über die notwendigen kognitiven Ressourcen verfügt (Information), um die Vorlage aufgrund inhaltlicher Kriterien zu bewerten. Mit anderen Worten: die Mehrheitsheuristik kann bloss bei denjenigen Stimmbürgern eine persuasive Wirkung erzielen, welche von vornherein schlecht über den Vorlageninhalt informiert sind. Bei den Stimmdenden, die sich systematisch - also detailliert mit dem Inhalt der Sachfrage - auseinandergesetzt haben, ist zwar ebenfalls eine Heuristiknutzung denkbar (allerdings in deutlich geringerem Ausmass), doch die Heuristik konkurriert mit vielen anderen Bewertungskriterien um die „Evaluationshoheit“. Das Persuasionspotential von Meinungsumfrageergebnissen ist somit bei systematisch verarbeitenden Stimmbürgern um ein Vielfaches geringer als bei ihren heuristisch vorgehenden, üblicherweise schlecht informierten Mitbürgern. Kurz, die Motivations- und Informationslage des einzelnen Stimmbürgers, die bei den Vox-Umfragen auch direkt erhoben werden, verraten uns schon viel über das Modifikationspotential von demoskopischen Resultaten.

In diesem Zusammenhang hat Hans Peter Hertig - unabhängig von der kognitionspsychologisch geleiteten Heuristikforschung - bereits 1982 darauf hingewiesen, dass Vorlagenthemen, bei denen die dazugehörigen politischen Prädispositionen nur schwach ausgebildet sind, deutlich stärkere Persuasionseffekte erlauben als Themen, bei denen die Medienwirkungen auf stark verwurzelte und hoch resistente Prädispositionen prallen (Hertig 1982). Prädispositionen sind politische Haltungen zu bestimmten Sachfragen, beispielsweise die Meinung zur europäischen Integration. Die Prädispositionen haben nun eine Filterfunktion. Sie filtern die Wirkung von Kampagnenbotschaften, Werbemessages und eben auch von demoskopischen Resultaten, indem sie diese auf ihre Übereinstimmung mit den bereits vorhandenen Grundhaltungen überprüfen. Je stabiler diese Prädispositionen sind, desto weniger können (inkongruente) Propagandainformationen etwas bewirken. Existieren jedoch keine vorgefassten Meinungen zu einem Thema, treffen die Medienbotschaften gewissermassen auf eine Tabula Rasa und können demzufolge auch die Meinungsbildung stark beeinflussen (siehe hierzu auch: Zaller 1992, Bützer und Marquis 2002). Die Struktur der Prädispositionen, d.h., die Stärke ihrer Verankerung im Individuum, ist selbstredend individuell unterschiedlich, aber - und dies ist für unsere Forschungsfrage höchst aufschlussreich - auch massgeblich vom Vorlagenthema abhängig. Themen, die dem Stimmbürger vertraut sind, werden aufgrund stabiler Prädispositionen bewertet. Die Abstimmungskampagnen können hier kaum etwas bewirken, die vorhandenen Haltungen sind unumstösslich.¹⁷ Bei neuen oder komplexen Themen hingegen sind die entsprechenden Positionen nur wenig gefestigt und der Stimmbürger ist demzufolge auch anfälliger für Propaganda- und Umfrageeffekte. Im Übrigen werden bei solchen Abstimmungsthemen auch vermehrt Heuristiken eingesetzt, während bei vertrauten Sachfragen zumeist der systematische Pfad eingeschlagen wird. Kurz, die Vorlagenthematik hat einen wesentlichen Einfluss darauf, ob Heuristiken wie Demoskopieergebnisse eingesetzt werden.

¹⁷Kampagnen haben im Wesentlichen zwei Funktionen: sie sollen überzeugen und sie sollen mobilisieren. Bei vertrauten Themen ist der Persuasionseffekt gering, der Mobilisierungseffekt kann jedoch hoch sein.

2.4 Was wir von Demoskopieeffekten bei Schweizer Sachabstimmungen wissen

Nachdem die theoretischen Grundlagen zu Demoskopieeffekten kurz vorgestellt wurden, möchten wir nun die Frage beantworten, was wir über den Effekt von Meinungsumfragen auf das Stimmverhalten bei Schweizer Sachvorlagen wissen. Nicht allzu viel, denn es gibt hierzu nur eine nennenswerte Studie (Hardmeier und Roth 2003).¹⁸ Die Resultate sind denn auch ernüchternd - zumindest für diejenigen, die starke Demoskopieeffekte vermuten: Hardmeier und Roth konstatieren bloss geringe „Bandwagon-Effekte“ bei wenig vertrauten Stimmthemen. Bei hoch konfliktiven Stimmthemen ergeben sich hingegen überhaupt keine Umfrageeffekte. Dies steht auch im Einklang mit den Erwartungen, die man aufgrund des Prädispositionen-Ansatzes hegen durfte. Umfragen haben jedoch eine Wirkung auf die Wahrnehmung der Mehrheitsverhältnisse. Wer Umfrageergebnisse kennt, der schätzt die Erfolgswahrscheinlichkeiten einer Vorlage anders ein als diejenigen, die sich um demoskopische Informationen nicht kümmern (Hardmeier und Roth 2003, Irwin und van Holsteyn 2002). Diese Erkenntnis ist nicht wirklich spektakulär zu nennen. Es liegt auf der Hand, dass man Umfragewerte - sofern man ihnen auch traut - als Indikator für das voraussichtliche Stimmergebnis verwendet.

Über den Einfluss von Meinungsumfragen auf die Beteiligung schweigt sich die Studie von Hardmeier und Roth indes aus. Hingegen ist ein weiteres, empirisches Ergebnis ihrer Studie bezeichnend für die Aufregung um das Abstimmungsergebnis vom 29. November 2009: Eine deutliche Mehrheit der Befragten ist davon überzeugt, dass die Publikation demoskopischer Werte die Urnenentscheidung beeinflusst (und somit - unausgesprochen - eine demokratieschädliche Wirkung hat). Wenn man sie jedoch fragt, ob dieselben Umfragen einen Einfluss auf die eigene Entscheidung hatten, wird dies in aller Regel vehement geleugnet.

3 Die spezifische Entscheidungssituation bei der Abstimmung über die Minarettverbots-Initiative

Uns interessieren bei der Abstimmung über die Minarettverbots-Initiative vor allem die folgenden Aspekte:

- Wie vertraut waren die Stimmbürger mit dem Vorlagenthema? Kannten sie die gängigen Argumente und waren sie informiert darüber, welche Parteien dafür und welche dagegen waren? Zuletzt: Haben die Stimmbürger systematisch oder heuristisch entschieden? Die Beantwortung dieser Fragen ermöglicht uns, das Modifikationspotential bei der untersuchten Abstimmung einzuschätzen.

¹⁸De Vreese und Semetko (2002) untersuchten die Effekte von Exit-Polls auf die (last-minute) Entscheidung zur Einführung des Euro in Dänemark. Sie konstatierten keinerlei signifikante Wirkungen. Das lag sicherlich auch daran, dass die Meinungen zum Euro schon lange vor der heissen Phase des Abstimmungskampfes gemacht waren.

- Wie sah der Meinungsbildungsprozess bei der Minarettverbots-Abstimmung aus? Unterschied er sich von Entscheidungsfindungsprozessen bei ähnlichen Vorlagen? Wie wurden Argumente bewertet und welche inhaltliche Position hatte eine Mehrheit der Stimmbürgerschaft?

- Wurden die Umfrageergebnisse beachtet und in welchem Ausmass? Umfrageeffekte können sich nur bei denjenigen entfalten, die Umfrageergebnisse auch genutzt haben.

3.1 Auf welcher Grundlage wurde entschieden? Eine Analyse zu systematischen und heuristischen Informationsverarbeitungsprozessen

Wenden wir uns zunächst der Frage der Informiertheit der Stimmbürgerschaft zu. Sie war ausserordentlich hoch. Knapp 82 Prozent aller Stimmenden sind gemäss unserer Erhebung als sehr gut informiert zu bezeichnen. Man vergleiche dies mit den Werten für die Luftverkehrsfinanzierungsvorlage, über die am selben Wochenende abgestimmt wurde: Weniger als ein Drittel aller Stimmenden erfüllte bei dieser Vorlage alle drei erhobenen Informiertheitsstandards und galt somit als sehr gut informiert.

Tabelle 1: Vorlagenspezifische Informiertheit der Stimmenden (in Prozent (n))

	Informiertheitsgrad			
	uninformiert	mässig	hoch	sehr hoch
Minarettverbots-Initiative	0.2 (1)	1.1 (7)	17.0 (112)	81.8 (539)
Luftverkehrsfinanzierung	12.2 (61)	24.9 (124)	32.1 (160)	30.9 (154)

Das Thema der Minarettverbots-Initiative war den Stimmbürgern also bestens bekannt. Das sagt noch nichts über die *Differenziertheit* des Vorlagenwissens. Die Vox-Motivanalyse zeigt, dass - wie bei jeder Abstimmung - die inhaltliche Qualität der angegebenen Stimmgründe stark variiert. Aber die Stimmbürgerschaft wusste immerhin in Grundzügen, worum es ging und konnte ihre Stimmentscheidung auch inhaltlich rechtfertigen. Das ist ein deutlicher Hinweis auf eine hohe praktische Kompetenz (Bütschi 1993) und dies, obwohl das Stimmthema (Minarette) als solches *neu* war. Jedoch, der *ideologische Kontext* der Entscheidungssituation war dem Stimmbürger bestens bekannt: Die SVP unterstützte eine Initiative mit kultur-protektionistischem Inhalt, während die anderen Regierungsparteien diese ablehnten. Kurz, die Stimmbürgerschaft war vergleichsweise gut informiert und mit der politischen Ausgangslage der Abstimmung bestens vertraut. Beides macht eine systematische, auf stabilen Prädispositionen beruhende Entscheidung wahrscheinlich.

Nun zur Frage, wie bekannt die Argumente waren und ob argumentbasiert, d.h., systematisch oder

eben heuristisch entschieden wurde. Zur Beantwortung dieser Frage haben wir eine globale Argumentenhaltung¹⁹ gebildet und deren Einfluss auf die Stimmentscheidung untersucht. Die beiden folgenden Abbildungen vermitteln uns einen Eindruck davon, wie stark argumentbasiert der Minarett-Entscheid im Vergleich zum Luftverkehrsfinanzierungs-Entscheid war.

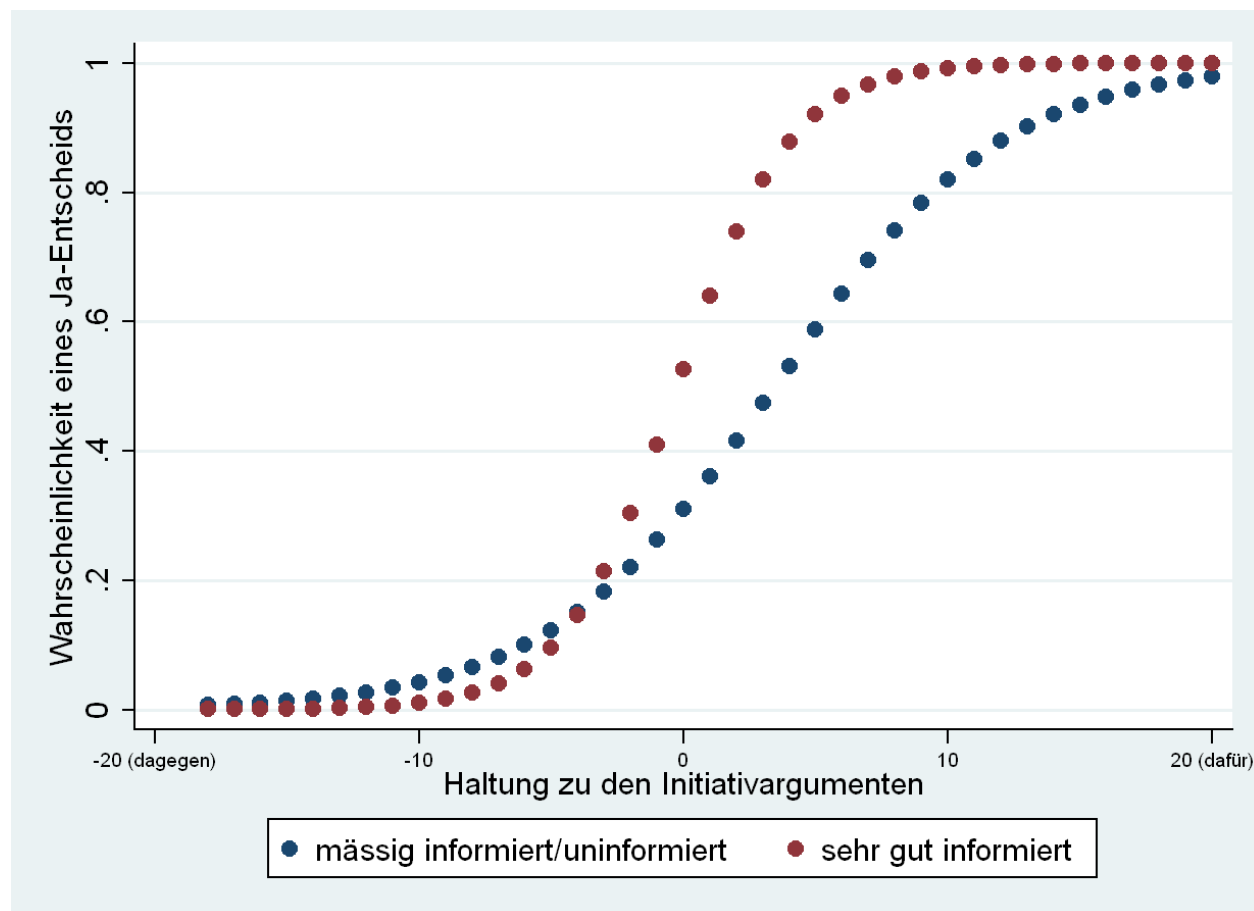


Abbildung 1: Argumentenhaltung und Minarett-Entscheid

Abbildung 1 zeigt in eindrucksvoller Weise, dass der Minarett-Entscheid stark argumentbasiert gefällt wurde. Wer gegen die Initiative argumentiert, stimmte mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit Nein, wer sich jedoch mit den Pro-Argumenten einverstanden erklärte, stimmte der Vorlage mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit zu. Mit anderen Worten: der Stimmbürger ging systematisch vor und verwendete Heuristiken - und hierzu zählen wir auch veröffentlichte Umfrageergebnisse - kaum bzw. bloss ergänzend.

¹⁹Bei der Vox-Umfrage zum eidgenössischen Urnengang vom 29.11.2009 wurden 10 (verwertbare) Argumente zur Minarettverbots-Initiative getestet. Die Befragten konnten zu den vorgelegten Statements mit „sehr einverstanden“, „eher einverstanden“, „eher nicht einverstanden“ und „überhaupt nicht einverstanden“ antworten. Wer argumentativ auf derselben Seite wie die Behörden stand (d.h., gegen die Initiative argumentierte), erhielt die Werte -1 bzw. -2 zugewiesen - abhängig von der Entschiedenheit der Position („eher“ oder „sehr“). Wer hingegen den Initiativ-Argumenten *beipflichtete*, erhielt entsprechend die Werte +1 und +2 (d.h., im Sinne der Initiativurheberschaft argumentierend und ergo gegen den Bundesrat).

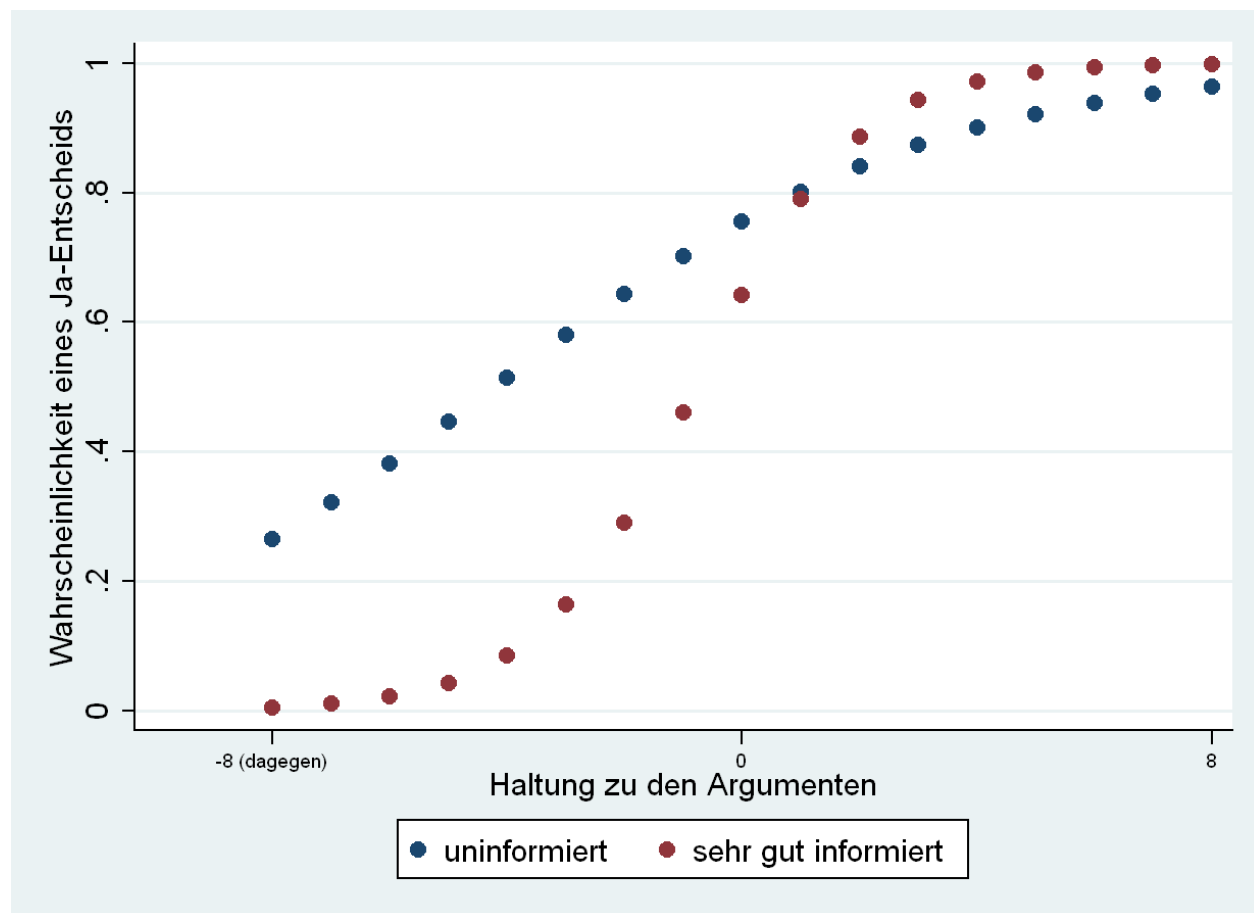


Abbildung 2: Argumentenhaltung und Luftverkehrsfinanzierungs-Entscheid

Dass dies keine Selbstverständlichkeit ist, zeigt das Stimmverhalten bei der Luftverkehrsfinanzierungsvorlage (Abbildung 2). Schlecht informierte Bürger und Bürgerinnen, die vehement gegen die Vorlage argumentierten, haben gleichwohl zu fast 30 Prozent Ja gestimmt (vgl. hierzu Kriesi 2005). Dieses kontraintuitive Verhalten ist nur damit erklärbar, dass diese Personen aus Unkenntnis darüber, worum es bei der Luftverkehrsfinanzierungsvorlage inhaltlich ging, Heuristiken - insbesondere die Regierungsempfehlung - verwendeten. Allein diese Auswertung ist bereits ein starkes Indiz dafür, dass bei der Minarettverbots-Initiative heuristische Informationen (u.a. Umfrageresultate) kaum eine Rolle spielten.²⁰ Die Haltungen zur Sachfrage waren entscheidend und nicht etwa Mitleidsgefühle mit dem vermeintlichen Verlierer oder der Wunsch nach Zugehörigkeit zur siegreichen Mehrheit.

²⁰Hardmeier und Roth (2003) kommen bei ihrer Analyse zu demoskopischen Effekten bei der stark umstrittenen, der Minarettverbots-Initiative in vielfacher Hinsicht ähnlichen Asyl-Initiative der SVP zu gleichlautenden Schlüssen. Die Beeinflussbarkeit im Allgemeinen war bei jener Abstimmung sehr gering. Die Vorlage wurde weitestgehend aufgrund von stabil verankerten Haltungen bewertet, die Wirkung des Umfrage-Treatments war gleich Null.

3.2 Der Meinungsbildungsprozess

Schauen wir uns nun den Meinungsbildungsprozess bei der Minarettverbots-Initiative etwas genauer an. Zu diesem Zweck haben wir für beide Wellen globale Argumentenpositionen gebildet. Leider wurden bei den beiden Vorumfragen nicht exakt dieselben Argumente verwendet, was einen Vergleich etwas erschwert. Ein Blick auf die beiden Abbildungen 9 und 10 im Anhang macht jedoch deutlich, dass die argumentative Haltung bereits bei den Vorumfragen einen bedeutsamen Einfluss auf die Stimmabsichten hatte. Mit anderen Worten: die globale Argumentenposition ist ein äusserst valider Indikator zur Messung der Stimmtendenz. Unter Stimmtendenz verstehen wir dabei eine gewisse Prädisposition, wie sie sich aus den Issuepräferenzen des Individuums herleiten lässt und die - so unsere Vermutung - seine Entscheidung wesentlich beeinflusst. Die Stimmtendenz muss nicht mit der Stimmabsicht übereinstimmen, denn ins Entscheidungskalkül fliessen ja nicht bloss die Haltungen zu den wichtigsten Argumenten mit ein, sondern eine Fülle weiterer Erwägungen (zum Beispiel Heuristiken wie die Befolgung der Abstimmungsparolen). Weiter ist es durchaus denkbar, dass der eine oder andere Befragte bei der Befragung zum ersten Mal überhaupt von den vorgebrachten Argumenten hört. In einem solchen Fall erfolgt die Evaluation dieser Argumente dann ad-hoc (Zaller und Feldman 1992, Nicholson 2003) und fliesst möglicherweise später in die Entscheidungsfindung ein („sokratischer Effekt“ oder „Halo-Effekt“ von Meinungsumfragen, siehe: Jagodzinski, Kühnel und Schmidt 1987 und Burdein, Lodge und Taber 2006), jedoch noch nicht zum Zeitpunkt der Befragung selbst.²¹ Generell gilt: Je länger und intensiver sich ein Stimmbürger mit der Vorlage beschäftigt, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit, dass inhaltliche Argumente die *zentrale Entscheidungskomponente* werden. Das Ausmass der Vorlageninvolvierung ist wiederum eine Funktion der Kampagnenintensität - und diese war bei der Minarettverbots-Initiative hoch.²² Mit anderen Worten: die Stimmentscheidung passt sich mit Fortgang der Kampagne mehr und mehr den inhaltlichen Präferenzen des Stimmbürgers an (Zaller 1992, Kriesi 2005).

Dies war für die Vorlagengegnerschaft fatal. Die Tabelle 2 (vgl. auch die Abbildungen 11 und 12 im Anhang) belegt dies eindrücklich: Argumentativ konnte das Nein-Lager nämlich weder bei der ersten noch bei der zweiten Vorumfrage eine Mehrheit überzeugen. Die Befürworterschaft hatte von Beginn weg argumentativ die Nase vorn.²³ Zwar nahm die inhaltliche Unterstützung der Behördenposition kontinuierlich zu,

²¹Nehmen wir an, dass eine Person bei der Befragung zum *ersten Mal* von einem Argument hört. In diesem Fall ist es rein logisch nicht möglich, dass diese Erwägung in ihre, im Interview geäusserte Stimmabsicht einfliesst, da die Stimmabsicht *vor* der Argumentenhaltung abgefragt wird.

²²Das wird im Übrigen eindrücklich durch einen Vergleich der R-Quadrat-Werte der Stimmabsichten bzw. der tatsächlichen Stimmentscheidung belegt: Die Argumentenhaltung weist einen Pseudo-R-Quadrat-Wert von .24 bei der ersten Vorumfrage auf. Dieser Wert erhöht sich auf .33 bei der zweiten Vorumfrage und verdoppelt sich beinahe auf .61 bei der Nachbefragung. Die inhaltliche Interpretation des Pseudo-R-Quadrat-Wertes für logistische Regressionen ist zwar mit Problemen behaftet (King 1986). Die beträchtlichen Unterschiede zwischen den ermittelten Werten deuten aber darauf hin, dass die Stimmbürger ihre inhaltliche Position zur Minarettverbots-Initiative bei fortlaufender Kampagne immer konsistenter in eine Stimmentscheidung umzusetzen vermochten.

²³Deutlich sichtbar wird auch, dass der Anteil derer, die eine dezidierte, entschieden-inhaltliche Position annahmen, bei der zweiten Vorumfrage deutlich angewachsen ist. Ob dies in idealtypischer Weise die Kristallisation von Issue-Präferenzen veranschaulicht oder ob bloss stärker diskriminierende Argumente abgefragt wurden, kann nicht beantwortet werden. Die in der zweiten Welle abgefragten Argumente weisen zwar in der Regel eine etwas höhere Standardabweichung auf, streuen und polarisieren demnach etwas stärker. Bloss, die Unterschiede sind sehr gering und es bleibt nach wie vor unschlüssig, woher diese stärkere Streuung rührt.

erreichte aber nie die 50-Prozent-Marke. Mit anderen Worten: Argumentativ neigte eine (absolute oder zumindest relative) Mehrheit der Stimmberechtigten stets zu einem Ja zur Vorlage.²⁴

Tabelle 2: Inhaltliche Positionen zur Minarettverbots-Initiative

Befragungszeitpunkt	dagegen	unentschieden	dafür
1. Welle	41 (53)	9 (13)	51 (34)
2. Welle	44 (53)	5 (10)	51 (37)
Vox-Nachbefragung	47 (52)	4	49 (49)

Die Tabellenwerte geben die jeweiligen Anteile (in %) für die entsprechende *Argumentenhaltung* an. In Klammern haben wir ausserdem die in den gfs.bern-Medienberichten zu den jeweiligen Vorumfragen ausgewiesenen Stimmabsichten bzw. das im Sample ermittelte Stimmresultat ausgewiesen. Lesebeispiel: Bei der ersten Vorumfrage zur Minarettverbots-Initiative (1. Welle) wiesen 41 Prozent der Befragten eine inhaltliche Nein-Tendenz auf (53 Prozent der bestimmt Teilnehmenden gab an, Nein stimmen zu wollen), 9 Prozent waren ambivalent und 51 Prozent tendierten argumentativ zur Pro-Seite. Die Werte der Vorumfragen sind nach Sprachregionen gewichtet, ansonsten wurde der Vergleichbarkeit wegen auf Gewichtungsfaktoren verzichtet.

Nun gilt es aber zu bedenken, dass die inhaltliche Stimmtendenz und die aktuelle Stimmabsicht *nicht* deckungsgleich sein müssen - und in aller Regel auch divergieren (vgl. Abbildungen 3 und 4). Zwar zeigte eine (wenn auch knappe) absolute Mehrheit der Stimmbürger eine inhaltliche Ja-Tendenz, doch bei den beiden Vorumfragen gab jeweils eine Mehrheit aller Befragten an, *Nein* stimmen zu wollen. Dies ist keineswegs ein einmaliges Phänomen. Die zuvor präsentierte Analyse der inhaltlichen Positionen und der Stimmentscheidung zur Luftverkehrsfinanzierung hat ja verdeutlicht, dass diese selbst am Abstimmungs-sonntag nicht deckungsgleich sein müssen. Das Fatale aus der Sicht der Vorlagengegner bestand jedoch darin, dass sich bei der Minarettverbots-Initiative inhaltliche Position und Stimmentscheidung bis zum Abstimmungs-sonntag immer stärker annäherten. Das geht aus dem Vergleich zwischen Stimmabsichten bzw. Stimmentscheidung und inhaltlicher Position hervor. Zu Beginn des Abstimmungskampfes betrug diese Differenz fast 20 Prozentpunkte, am Abstimmungs-sonntag waren beide Werte praktisch identisch.

²⁴Noch eine Bemerkung zur Gewichtungspraxis: Bei der Vox-Nachbefragung lag der Ja-Stimmenanteil zur Minarettverbots-Initiative um 9 Prozentpunkte zu tief. Dementsprechend dürfte auch der in der Tabelle 2 angegebene Anteil der inhaltlich zugunsten der Initiative Argumentierenden zu gering sein. Prinzipiell liesse sich dieser Wert - analog zum ermittelten Ja-Stimmenanteil in der Vox - gewichten. Bloss, die Vergleichbarkeit mit den Vorumfragewerten wäre dann nicht mehr gegeben. Jene Werte können nämlich nicht nach effektiver Stimmentscheidung gewichtet werden. Dies ist für unsere Forschungsfrage aber ohne Bedeutung, denn es geht uns primär um die *Differenz* zwischen Stimmabsicht bzw. -entscheidung und inhaltlicher Stimmtendenz. Diese Differenz wird durch eine Gewichtung nicht geändert. Weiter liesse sich einwenden, dass die Stimmabsichten bloss für die *bestimmt* Teilnehmenden ermittelt wurden, die inhaltlichen Positionen jedoch für *alle* Befragten. Das sind zwei unterschiedliche Vergleichsgrössen. Indes, selbst wenn man für die Ermittlung der inhaltlichen Positionen ebenfalls nur die *bestimmt* Teilnehmenden berücksichtigen würde, erhielte man praktisch dieselben Resultate. Auch unter den bestimmt Teilnehmenden lagen die Argumente der Befürworter bei beiden Vorumfragen (knapp) vorn. Ausserdem wollten wir bewusst auch die Haltungen derjenigen Befragten erfassen, die sich hinsichtlich der Stimmbeteiligung bei den Vorumfragen nicht ganz sicher waren. Denn es war nicht auszuschliessen, dass just sie für den mutmasslichen Umschwung im Meinungsbild verantwortlich waren.

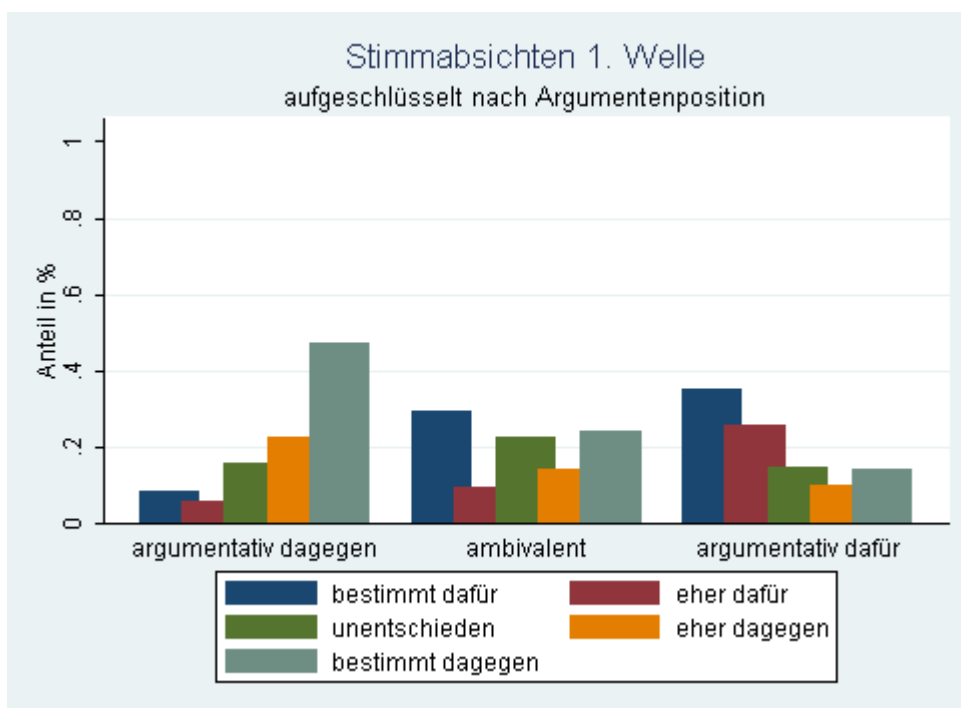


Abbildung 3: Argumentative Position und Stimmabsichten, 1. Welle (ungewichtet)

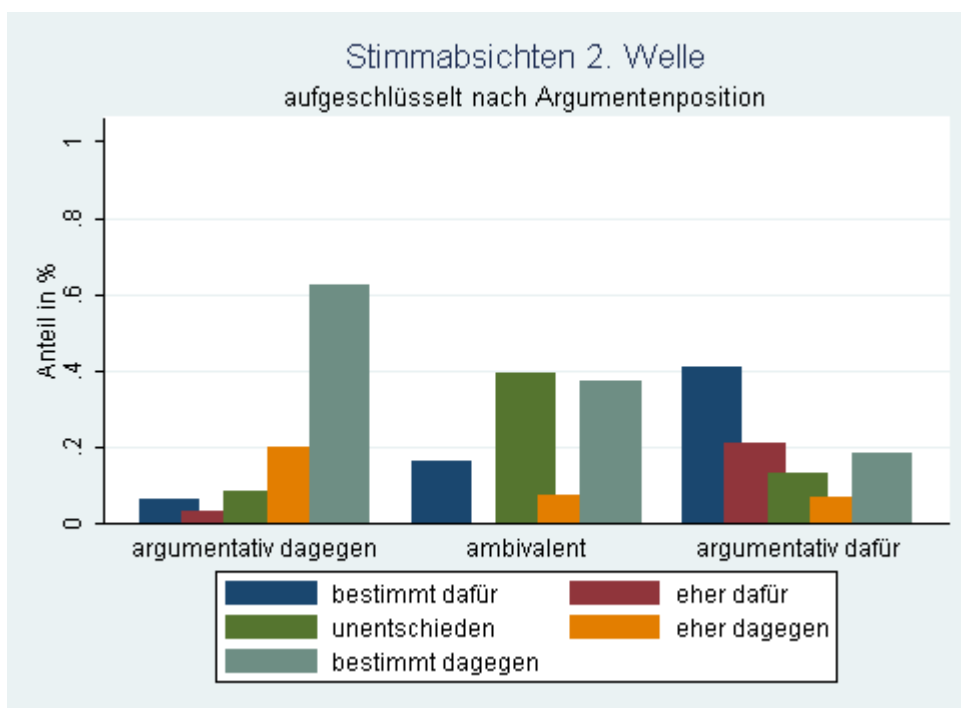


Abbildung 4: Argumentative Position und Stimmabsichten, 2. Welle (ungewichtet)

Ist dies die Erklärung für den Umschwung, der in den letzten Wochen noch stattfand? Oder gab es einen solchen „Umschwung“ gar nie? Wurden bloss die tatsächlichen Stimmintentionen bei den Vorumfragen nicht offengelegt? Darüber lässt sich nur spekulieren, empirisch gesicherte Faktenaussagen sind

nicht möglich. Die untenstehende Abbildung 5 macht deutlich, dass Befragte mit einer negativen Grundhaltung zur Minarettverbots-Vorlage stark zu einem Nein tendierten - und zwar selbst dann, wenn diese Haltung *bloss eine sehr schwach* ausgeprägte inhaltlich-negative „Schlagseite“ aufwies.²⁵ Erstaunlich ist, dass selbst diejenigen mit einer hochgradig ambivalenten Haltung (mit anderen Worten: diejenigen, die den Wert 0 aufwiesen) grossmehrheitlich zu einem Nein neigten. Bei denjenigen jedoch, die sich von den *Pro*-Argumenten etwas stärker angezogen fühlten als von den Kontra-Argumenten (Werte 1-5 auf der Skala der Argumentenhaltung), tendierte zwar erwartungsgemäss eine Mehrheit zu einem *Ja*. Diese Mehrheit war jedoch *hauchdünn* - viel knapper als die ablehnenden Mehrheiten der inhaltlichen Vorlagengegner. Kurz, die Gegner der Vorlage waren sich schon früh im Klaren, wie sie stimmen werden, während die *potenziellen Befürworter* selbst bei der zweiten Vorumfrage eine *Ablehnung der Vorlage* nicht ausschliessen wollten. Warum? Dies ist aufgrund der vorliegenden Daten schwer zu sagen. Vielleicht wollten *diese* Befragten tatsächlich vermeiden, dass ihnen das Odium des Rassismus oder der konfessionellen Borniertheit anhafte (Effekt der sozialen Erwünschtheit).²⁶ Vielleicht war man sich auch noch nicht ganz sicher, wie man abstimmen wollte und gab - im Glauben, dass dies die Mehrheitsmeinung sei - vorsichtshalber an, eher dagegen zu sein. Die von Silvano Möckli im NZZ-Artikel vom 9. Februar 2010 postulierte These, wonach eine beträchtliche Zahl von potentiellen Initiativbefürwortern ihre wahre Haltung verschwie, weil sie darin eine stigmatisierte Minderheitenposition zu erkennen glaubte, klingt zwar plausibel. Doch sie wird durch die Ergebnisse der Nachbefragung falsifiziert: Noch in der Nachbefragung gab eine Mehrheit an, Nein gestimmt zu haben. Zu jenem Zeitpunkt wussten aber alle, dass eine affirmative Haltung zum MinarettVerbot *keine* Minderheitenposition in der Schweiz ist. Die darüber hinaus von Hanspeter Kriesi aufgestellte These, wonach in Vox-Samples die unteren Bildungsschichten unterrepräsentiert sind, ist schwer zu überprüfen, da uns die „wahre“ Zusammensetzung des Stimmkörpers nach Bildungskriterien unbekannt ist und wiederum nur aufgrund der angezweifelte Sampledaten zu rekonstruieren ist.²⁷ Kurz, die Gründe für das „Prognosedesaster“ sind schwer zu eruieren, insbesondere, da sich in der Nachbefragung immer noch mehr Stimmbürger zu einem Nein als zu einem Ja bekannten.

²⁵Zwecks Vereinfachung haben wir die Kategorien „eher“ und „bestimmt“ zusammengelegt und die Unentschiedenen unberücksichtigt gelassen. Wir erhalten so zwei Ausprägungen für die Stimmentscheidung: Ja und Nein. Die Werte geben den Anteil derer an, die beabsichtigten, Ja zu stimmen.

²⁶Dies würde auch erklären, weshalb sich selbst bei der Nachbefragung eine ablehnende Mehrheit im Sample ergab. Es fällt anhand der Nachberichterstattung zur Minarettverbots-Initiative allerdings schwer zu glauben, dass die wertkonservative Stimmbürgerschaft sich nur ungern zu ihrer Entscheidung bekannte. In diesen Kreisen galt eine Ja-Entscheidung mit Bestimmtheit nicht als sozial unerwünscht. Viel eher war das Gegenteil der Fall. Plausibler erscheint, dass Mitte-Links-Wähler ihre wahre Entscheidung nicht offenbarten.

²⁷Hanspeter Kriesi hat diese These auf der Blogseite PoliSciZurich veröffentlicht:

(<http://poliscizurich.wordpress.com/2010/04/26/minaret-initiative-and-the-pre-vote-surveys/>).

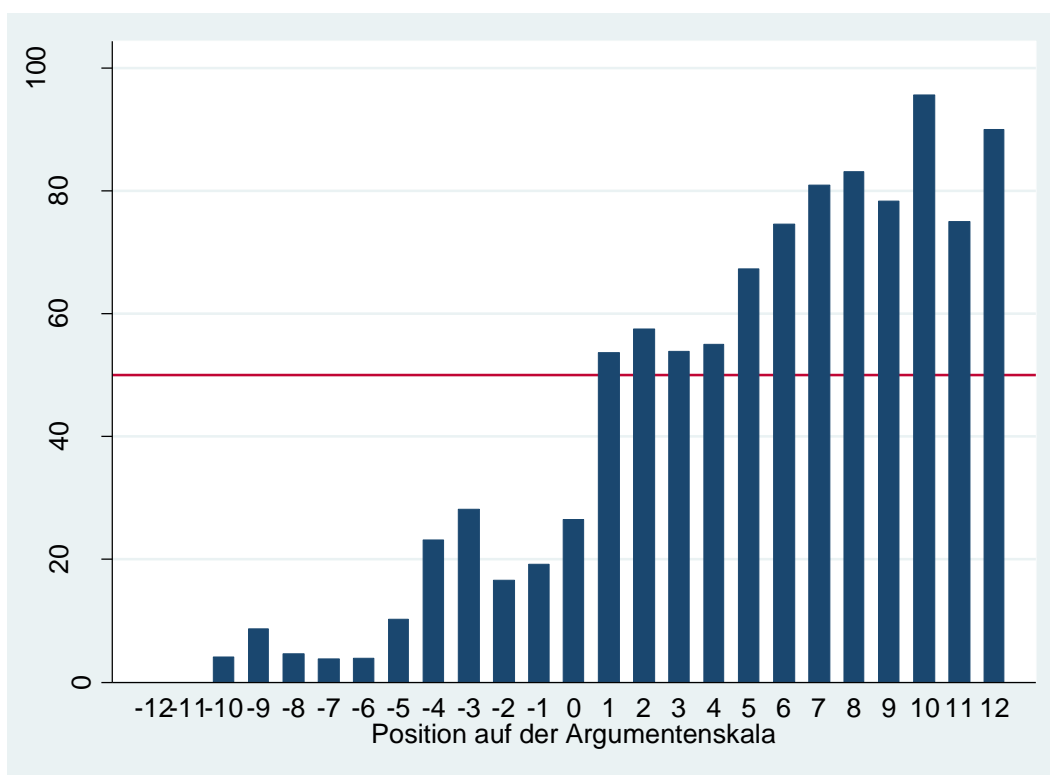


Abbildung 5: Stimmabsicht und Argumentenhaltung, 2. Welle

War diese Annäherung von Stimmtendenz und Stimmabsicht einmalig und damit unvorhersehbar? Um diese Frage zu beantworten, wollen wir überprüfen, wie sich Issue-Präferenzen und Stimmabsichten generell zueinander verhalten. Zu diesem Zweck haben wir vier weitere Vorlagen untersucht, für welche die entsprechenden Daten auch vorlagen. Eine dieser Vorlagen war ebenfalls eine SVP-Initiative mit einem ähnlichen, zugrunde liegenden Konfliktmuster (SVP-Asylmissbrauchsinitiative).²⁸ Eine weitere Vorlage war ein (noch weitergehender) Gegenvorschlag zu einer von der SVP mitunterstützten Initiative mit verkehrspolitischem Inhalt (Avanti-Gegenvorschlag). Die dritte Vorlage war die Mutterschaftsversicherung - eine Behördenvorlage, gegen welche die SVP vehement opponierte. Zuletzt haben wir auch noch den Meinungsbildungsprozess zur SP-Initiative „Verbot von Kriegsmaterialexporten“ untersucht. Die Ergebnisse sind in der Tabelle 3 zusammengefasst.

²⁸Die Minarettverbots-Initiative wurde von einem überparteilichen Initiativkomitee lanciert, das aber der SVP personell sehr nahe stand.

Tabelle 3: Der Meinungsbildungsprozess bei fünf ausgewählten Vorlagen.

Anteile Argumentenhaltung in %.

Vorlage	dagegen	unentschieden	dafür
Minarett 1. Welle	41 (53)	9 (13)	51 (34)
Minarett 2. Welle	44 (53)	5 (10)	51 (37)
Minarett Vox	47 (52; eff: 43)	4	49 (49; eff: 58)
Kriegsausf. 1. Welle	43 (44)	9 (15)	48 (41)
Kriegsausf. 2. Welle	50 (50)	8 (11)	42 (39)
Kriegsausf. Vox	50 (59; eff: 68)	8	42 (42; eff: 32)
MSV 1. Welle	21 (18)	7 (13)	72 (69)
MSV 2. Welle	25 (32)	6 (9)	69 (59)
MSV Vox	26 (29; eff: 45)	8	66 (71; eff: 55)
Avanti 1. Welle	41 (40)	9 (19)	50 (41)
Avanti 2. Welle	47 (51)	8 (17)	45 (32)
Avanti Vox	63 (73; eff: 63)	8	30 (27; eff: 37)
Asylmissb. 1. Welle	23 (24)	7 (19)	70 (57)
Asylmissb. 2. Welle	25 (37)	9 (20)	66 (43)
Asylmissb. 2. Welle (b)	32 (37)	7 (20)	61 (43)
Asylmissb. Vox	32 (58; eff: 50)	7	61 (42; eff: 50)

Die Tabellenwerte geben die jeweiligen Anteile (in %) für die entsprechende *Argumentenhaltung* an. Lesebeispiel: Bei der ersten Vorumfrage zur Minarettverbots-Initiative (Minarett 1. Welle) wiesen 41 Prozent der Befragten eine inhaltliche Nein-Tendenz auf, 9 Prozent waren ambivalent und 51 Prozent tendierten argumentativ zur Pro-Seite. In Klammern haben wir ausserdem die in den gfs.bern-Medienberichten zu den jeweiligen Vorumfragen ausgewiesenen Stimmabsichten bzw. das im Sample ermittelte Stimmergebnis sowie unter „eff“ das effektive Stimmergebnis (gerundet) ausgewiesen.

In allen fünf Fällen legte das gegnerische Lager bis zur Abstimmung argumentativ zu, während die argumentative Schlagkraft der Befürworterschaft - unabhängig von der Rechtsform und der Konfliktkonfiguration - stetig schwand. Nicht immer führte dies zur Ablehnung der Vorlage. Zuweilen - wie bei der Mutterschaftsversicherung - war der Rückstand der Gegnerschaft derart gross, dass die späte Aufholjagd nichts mehr bewirken konnte. In gewissen Fällen aber - und besonders frappant ist dies beim Gegenentwurf zur Avanti-Initiative - kippte das „Ergebnis“ tatsächlich. Immer hatte sich zudem die (absolute oder relative) argumentative Mehrheitsposition durchgesetzt - mit der einzigen Ausnahme der SVP-Asylmissbrauchs-Initiative. Bei dieser Abstimmung tendierte selbst bei der Vox-Nachbefragung noch eine komfortable Mehrheit der Befragten (61%) inhaltlich zu einem Ja, die Vorlage wurde jedoch hauchdünn abgelehnt. Das lag auch daran, dass eine beträchtliche Zahl der Nein-Stimmenden (18%) die Asylmissbrauchs-Initiative einzig deshalb verwarf, weil sie von der SVP stammte bzw. weil man sich selbst als links einstuft. Diese Verwendung von negativen Heuristiken ist insbesondere bei asyl- oder ausländerpolitischen Abstim-

mungen keine Seltenheit - und zumeist wendet sie sich gegen die SVP.²⁹ Bei der Minarettverbots-Initiative gab es jedoch keine empirischen Hinweise auf einen solchen Anti-SVP-Reflex bei der Linken. Mit anderen Worten: Alles deutet darauf hin, dass die Issue-Präferenzen ungefiltert in eine Entscheidung umgesetzt wurden. Die Issue-Präferenzen der Stimmbürgerschaft aber spurten eine mehrheitliche Ja-Entscheidung vor.³⁰

Weiter fällt auf, dass bei allen vier Umfragen³¹ dasjenige Lager, welches die SVP-Parole unterstützte, stark untervertreten war. Die Differenz zwischen effektivem und ermitteltem Stimmergebnis variiert zwischen 8 und 17 Prozent - und, wie gesagt, in allen Fällen war diejenige Seite untervertreten, die SVP-Parolenkonform stimmte. Ist dies ein Hinweis auf eine systematische Unterrepräsentation von rechtsbürgerlichen Wählern? Dazu ist die Anzahl Fälle, die wir untersucht haben, zu gering. Denkbar wäre auch, dass es sich in allen Fällen um den Effekt der sozialen Erwünschtheit handelt, denn es ist häufig die SVP, welche Tabuthemen auf die politische Agenda bringt.

3.3 *Wie stark wurden die demoskopischen Ergebnisse beachtet?*

Wie stark wurden Umfrageergebnisse im Vorfeld der Minarettverbots-Initiative beachtet? Die Vox weist einen Anteil von knapp 43 Prozent aller Stimmenden aus, welche angaben, jene genutzt zu haben.³² Dies ist ein relativ hoher Wert³³ und zeigt, dass den Umfrageergebnissen durchaus Beachtung geschenkt wurde.³⁴ Allerdings hat *keiner* der Teilnehmenden *allein* Umfrageresultate in die Entscheidungsfindung mit einfließen lassen. 93.3 Prozent der Stimmenden haben *mindestens drei* unterschiedliche Informationsquellen genutzt. Das naive Bild, wonach demoskopische Resultate einen klar manipulativen Einfluss auf die Meinungsbildung der Stimmbürger haben, ist also verzerrt. Umfrageresultate werden beachtet und

²⁹Die vier Vorlagen mit dem höchsten Anteil „negativer Heuristiken“ waren allesamt SVP-Initiativen (Untersuchungszeitraum 1994-2008; SVP-Initiative „gegen illegale Einwanderung“, SVP-Goldinitiative, SVP-Asylmissbrauchsinitiative, SVP-Initiative „für demokratische Einbürgerungen“).

³⁰Ein Vergleich zwischen den Stimmabsichten und den inhaltlichen Positionen zeigt, dass diese vor allem bei den beiden SVP-Initiativen in unserem Sample weit auseinanderklafften. Darin eine Systematik erkennen zu wollen, ist angesichts der geringen Fallzahl (es wurden bloss fünf Vorlagen miteinander verglichen) verfrüht.

³¹Die Aussage bezieht sich auf die Umfragesamples und nicht auf die einzelnen Vorlagen. Über die Minarettverbots-Initiative und das Verbot von Kriegsmaterial-Exporten wurde am *gleichen* Wochenende abgestimmt.

³²Die entsprechende Vox-Frage lautet: „Haben Sie Meinungsumfragen beachtet?“ Es ist nicht auszuschliessen, dass der Anteil derer, die in Kontakt mit Befragungsdaten gekommen sind, noch etwas höher liegt als in der Vox ausgewiesen. Denn über die Umfrageergebnisse wird in der Regel auch in den Printmedien und im Fernsehen berichtet. Die Nutzung dieser Medien wird jedoch bei der Vox-Umfrage gesondert ausgewiesen.

³³Seit dem 3. März 2002 wurde bei Urnengängen bloss vier Mal ein noch höherer Wert ausgewiesen: Personenfreizügigkeitsabkommen Schweiz/EU vom 8.2.2009: 45%, Ausdehnung Personenfreizügigkeit vom 25.9.2005: 45%; Urnengang vom 16.5.2004: 46%; Avanti-Gegenvorschlag (8.2.2004): 54%. Die Nutzungsquote von Meinungsumfragen liegt bei Wahlen deutlich tiefer (Hardmeier und Roth 2003).

³⁴Die Frage nach der Nutzung von Umfrageergebnissen wird für den Urnengang generell gestellt. D.h., wir wissen nicht mit Bestimmtheit, für *welche* der drei Vorlagen Umfrageergebnisse beachtet wurden und mit welchen der verschiedenen demoskopischen Resultate (SRG bzw. gfs.bern, Isopublic, etc.) der Befragte in Kontakt kam. Da die Minarettverbots-Initiative den Abstimmungskampf dominiert hatte und die SRG-Umfragen sicherlich die bekanntesten sind, ist anzunehmen, dass sich eine grosse Mehrheit der Nutzungsangaben auch auf diese beziehen.

haben potentiell auch einen Einfluss darauf, wie entschieden wird. Dabei stehen sie aber in Konkurrenz zu einer Vielzahl von weiteren Informationsquellen, deren Einflussnahme auf die Meinungsbildung a priori genauso wahrscheinlich, wenn nicht gar viel wahrscheinlicher ist als diejenige von Umfrageergebnissen.³⁵

Eine zentrale Frage, die aufgrund fehlender Daten jedoch nicht weiter untersucht werden kann, ist diejenige, ob die Stimmbürger den Resultaten von Umfragen auch wirklich Glauben schenken. Nur wer den Demoskopien traut, orientiert sich auch an deren Prognosen.³⁶ Darüber, wie glaubwürdig demoskopische Resultate erachtet werden, wissen wir kaum etwas. Die Resultate von Hardmeier und Roth (2003) zeigen, dass die Konsumenten von Umfrageergebnissen ihre Einschätzung davon, wer siegreich aus der Abstimmung hervorgehen wird, tatsächlich auch aus den publizierten Prognosen herleiten. Das ist, wie gesagt, nicht weiter verwunderlich. Es belegt aber auch, dass Umfrageresultate als prinzipiell zuverlässige Prädiktoren des Stimmausgangs betrachtet werden. Allerdings sind soziodemographische Unterschiede in der Bewertung demoskopischer Resultate plausibilisierbar: Untere Bildungsschichten dürften wissenschaftsnahe sein als höhere Bildungsschichten. Welche Auswirkung dies auf die Wirkung von Umfrageresultaten hat, kann jedoch bloss vermutet werden. Empirische Untersuchungen hierzu fehlen gänzlich.

4 Welchen Einfluss hatten die Vorumfragen auf den Minarettverbots-Entscheid?

Eine eindeutige Wähler- oder Stimmbürgerbeeinflussung durch demoskopische Resultate konnte von der Meinungsforschung bislang nicht empirisch belegt werden. Gleichwohl sind Politiker und auch Bürger davon überzeugt, dass Meinungsumfragen Wirkungen haben. Gerade bei der Minarettverbots-Abstimmung sei der Meinungsbildungsprozess verfälscht worden, glauben die Abstimmungssieger. Der Frage, wie stark die Resultate der Vorumfragen die Stimmenscheidung beeinflussten, wollen wir nun im vorliegenden Kapitel nachgehen. Zunächst soll ein Profil des Nutzers von demoskopischen Informationen erstellt werden, denn allfällige Umfrageeffekte können sich nur bei denjenigen ergeben, die auch in Kontakt mit Meinungsumfragen treten. Dieses Profil enthält mediale Aspekte (Wie breit informiert sich der typische Nutzer von Umfragewerten und welche zusätzlichen Medien zieht er heran?), prozess-orientierte Aspekte (Entscheidungszeitpunkt), kognitive Aspekte (Vorlagenkenntnis, Inhaltswahrnehmung, Umfragewerte als Heuristik), aber auch soziologische und sozialpsychologische Aspekte (Partizipationsbereitschaft, politische Präferenzen, Stabilität der Prädispositionen, Ambivalenz). Das Profil des typischen Umfragenutzers

³⁵Äusserst aufschlussreich sind in diesem Zusammenhang die Resultate zweier experimenteller Studien von Brosius und Bathelt (1994) und Daschmann (2000). Den Versuchspersonen wurden Radiobeiträge vorgespielt bzw. Zeitungsartikel vorgelegt, in welchen über Vorumfragen berichtet wurde. In denselben Beiträgen kamen jedoch auch „Exemplars“, d.h. ausgewählte Wähler und Wählerinnen („der Mann von der Strasse“) zu Wort. Deren Meinungsäusserungen hatten nun einen deutlich stärkeren Einfluss auf das Wahlverhalten als die publizierten Umfrageergebnisse. Jandura und Petersen (2009:487) sind deshalb der Ansicht, „als hätten viele Menschen im Alltag grosse Probleme, die Aussagekraft statistischer Daten zu erfassen. Das Einzelgespräch wirkt wesentlich eingängiger und damit auch überzeugender als die abstrakte Zahl (der Vorumfragen, Bemerkung der Autoren).“

³⁶Mobilisierungseffekte sind freilich auch bei denjenigen Bürgern denkbar, die Prognosen prinzipiell misstrauisch gegenüber stehen.

informiert uns über das individuelle Persuasionspotential von Meinungsumfragen. Mit anderen Worten: Sind die individuellen Prädispositionen dergestalt, dass eine Beeinflussung dieser Person durch demoskopische Informationen wahrscheinlich erscheint?

4.1 Ein Profil der Nutzer von Umfrageresultaten

Welche weiteren Medienquellen nutzt der demoskopieaffin Stimmbürger? Hardmeier und Roth (2003) beschreiben den Umfragenutzer aufgrund einer Faktorenanalyse als „geneigten Beobachter der öffentlichen Meinung“.³⁷ Denn der Umfragenutzer interessiert sich vor allem für Medienquellen, in denen die *vox populi* (angeblich) ungefiltert zum Ausdruck kommt - also Leserbriefe, Standaktionen auf der Strasse, Abstimmungszeitungen und Strassenplakate. Der „homo demoscopicus“ ist jedoch kein Meinungsführer, der die gesammelten politischen Informationen seinem Umfeld weitervermittelt - natürlich verpackt in einem bestimmten ideologischen Kontext. Mit anderen Worten: der demoskopieaffine Stimmbürger ist kein *Multiplikator*. Der Effekt von Umfrageresultaten wird also durch mediale Mittelsmänner kaum verstärkt. Die Ergebnisse von Hardmeier und Roth (2003) lassen sich anhand der aktuellen Daten zum grossen Teil bestätigen: Die Nutzung von Inseraten, Leserbriefen, Standaktionen, Abstimmungszeitungen und Plakaten korrelieren am stärksten mit der Umfragenutzung. Allerdings handelt es sich dabei bestenfalls um mittelstarke Beziehungsmuster, was darauf hindeutet, dass die Umfragenutzung relativ stark verbreitet ist und sich nicht bloss auf kleine Gruppierungen mit sehr spezifischen Merkmalen beschränkt.

Was zeichnet den Umfragenutzer sonst aus? Worin unterscheidet er sich von denjenigen, die Umfrageresultate unbeachtet lassen? Wer Umfrageresultate als Informationsquelle nutzt, ist generell gut informiert³⁸, an Politik im Allgemeinen stark interessiert³⁹ und politisch hoch involviert.⁴⁰ Er bekundet nicht mehr Mühe, zu einer Entscheidung zu gelangen als die Referenzgruppe. Die Nutzung von Umfrageresultaten ist zudem keine Bildungsfrage. Universitätsabgänger nutzten demoskopische Resultate nicht signifikant häufiger als diejenigen mit einem sekundären Schulabschluss. Junge Menschen nutzen Umfrageresultate ferner weniger stark als ältere Stimmberechtigte. Dies liegt jedoch hauptsächlich am unterschiedlichen politischen Interesse der verschiedenen Altersklassen.

³⁷Die Faktorenanalyse wurde mit Variablen durchgeführt, die zum Teil nicht mehr abgefragt werden. Eine Replikation ihrer Studie ist aus diesen Gründen nicht mehr möglich.

³⁸Der Umfragenutzer war bei der Minarettverbots-Abstimmung jedoch nicht signifikant besser informiert als sein „Gegenstück“. Das lag jedoch hauptsächlich daran, dass bei dieser kontrovers diskutierten Abstimmung eine deutliche Mehrheit aller Stimmenden relativ gut informiert war.

³⁹Die Anteile derer, die angeben, sehr oder eher an Politik interessiert zu sein, sind für (teilnehmende) Umfragenutzer überdurchschnittlich hoch (34 bzw. 58 %, Durchschnitt: 22 bzw. 48 %).

⁴⁰Der Anteil derer, die Umfrageresultate beachten, ist unter den Parteiungebundenen mit 40 Prozent unter demjenigen für Parteigebundene. Ebenso nimmt der Umfragenutzer an Abstimmungen signifikant häufiger teil als die entsprechende Referenzgrösse: 58.6 Prozent der Umfragenutzer geben an, an Sachabstimmungen stets teilzunehmen, während dieser Anteil bei denjenigen, welche diesem Instrument keine Beachtung schenken, bloss 50.8 Prozent beträgt. An dieser Stelle sei ausserdem noch vermerkt, dass es zwischen den *einzelnen* Parteienhängerschaften keine signifikanten Unterschiede in der Demoskopienutzung gibt. Ebenso hegt der Umfragenutzer kein ausgeprägteres Misstrauen gegen die Regierung als die Vergleichsgruppe.

Wann entscheidet sich der Umfragenuutzer? Bei der Minarettverbots-Initiative, die - wie zuvor ausgeführt - auf der Basis von stabilen Prädispositionen beurteilt wurde, war dies schon sehr früh der Fall. 43 Prozent der Umfragenuutzer behaupteten, die Entscheidung wäre schon von Beginn weg klar gewesen. Diese Befragten brachten mit anderen Worten zum Ausdruck, dass die Vorlage allein aufgrund unumstösslicher Haltungen bewertet wurde und sämtliche Kampagnenanstrengungen der Kontrahenten bei ihnen bereits im Voraus zum Scheitern verurteilt waren. Von den Umfragenuutzern gaben aber auch 31 Prozent an, sich in den letzten beiden Wochen zu einer Entscheidung durchgerungen zu haben.

Wie stark kristallisiert sind die Haltungen des Umfragenuutzers? Bei der Minarettverbots-Abstimmung betrug der Anteil derer, die hochgradig ambivalent zur Vorlage eingestellt waren, ohnehin nur 4 Prozent. Bei den Umfragenuutzern war dieser Anteil mit 2.7 Prozent gar noch etwas geringer. Selbst wenn wir die ungleich weniger kontrovers diskutierte Luftverkehrsfinanzierungsvorlage zum Vergleich heranziehen, so ändern sich zwar die Werte für den Anteil ambivalenter Stimmbürger (17.4 %). Doch Umfragenuutzer weisen kein höheres Modifikationspotential auf als diejenigen, die Umfrageresultaten keinerlei Beachtung schenken.⁴¹

4.2 *Umfragenutzung und Entscheidung*

Wie haben die Umfragenuutzer im Vergleich zu denjenigen entschieden, welche die demoskopischen Resultate unbeachtet liessen? Die lapidare, aber durchaus vielsagende Antwort lautet: genau gleich. Im Vox-Sample beträgt der (gewichtete) Unterschied nicht-signifikante 0.1 Prozentpunkte. Umfragenuutzer haben demnach nicht anders entschieden als diejenigen, die Umfrageresultate unbeachtet lassen. Das heisst aber noch nicht zwingend, dass keine Einflussnahme vorlag. Beispielsweise wäre denkbar, dass sowohl starke Bandwagon- wie auch starke Underdog-Effekte am Werk waren, sich letztlich aber beide Effekte gegenseitig aufhoben.

Ob die SRG-Vorumfragen einen Effekt auf die Stimmentscheidung hatten, lässt sich aufgrund fehlender Panel-Daten im besten Falle nur annäherungsweise prüfen. Es drängt sich dabei ein Vergleich zwischen der Stimmentscheidung der beiden Nutzergruppen in Kombination mit dem Entscheidungszeitpunkt auf (siehe Abbildung 6). Ein solcher Vergleich ist jedoch höchst problematisch. Zum einen ist die Verlässlichkeit der Befragtenangaben zum Entscheidungszeitpunkt generell in Frage zu stellen (Lodge, Steenbergen und Brau 1995).⁴² Des Weiteren sind die Fallzahlen für die einzelnen Zeitfenster, in welchen die Entscheidung von den Befragten selbst verortet wird, zum Teil zu gering, um statistisch verlässliche Aussagen machen zu können. Schliesslich liegen uns bloss aggregierte Werte vor, die strenggenommen keine Aussagen über das Individualverhalten erlauben.⁴³ Alles in allem bewegen wir uns bei der

⁴¹Der Anteil inhaltlich Unentschlossener beträgt in beiden Gruppen 17.4 Prozent.

⁴²Bei der Frage nach dem Entscheidungszeitpunkt handelt es sich um eine Recall-Frage.

⁴³Weiter ist darauf hinzuweisen, dass aus praktischen Gründen nur die Publikation der SRG-Vorumfrageresultate berücksichtigt

Interpretation der unten präsentierten Ergebnisse dieses Vergleichs (Abbildung 6) auf sehr dünnem Eis.

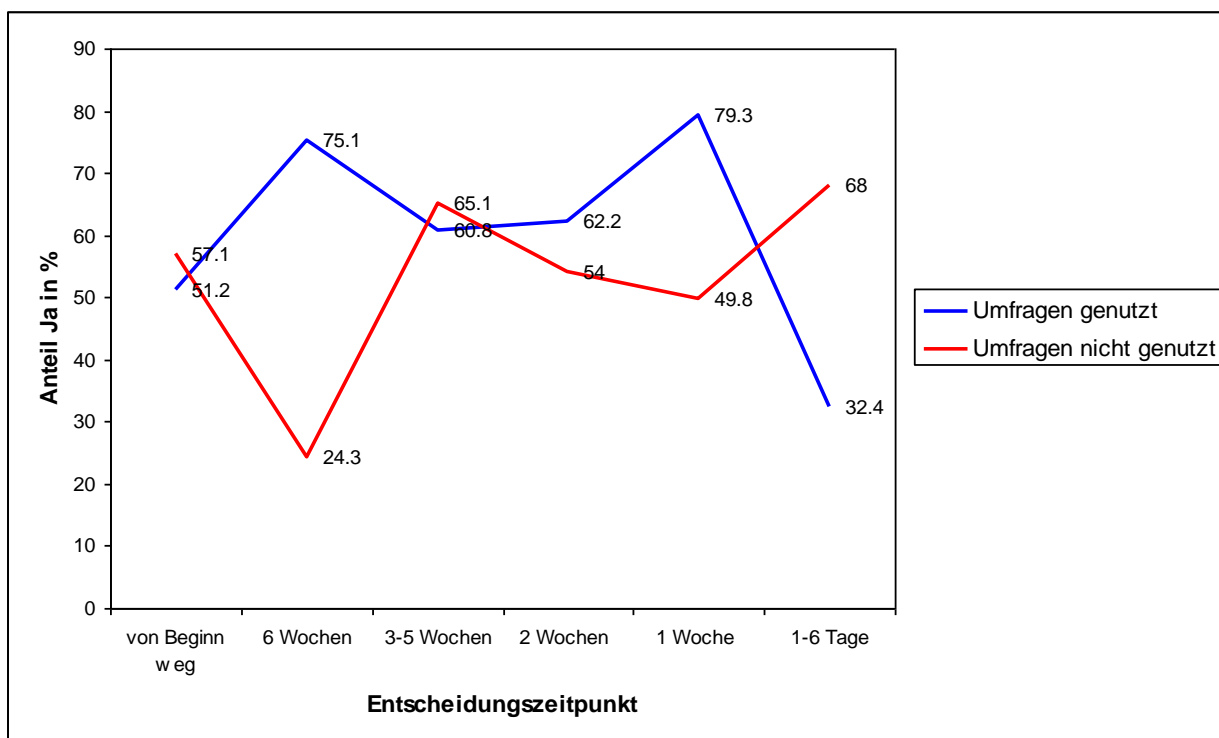


Abbildung 6: Entscheidungszeitpunkt, Stimmentscheidung und Umfragenutzung (gewichtet)

Zunächst ist festzuhalten, dass für diejenigen Kategorien, die eine genügend hohe Fallzahl aufweisen („von Beginn weg klar“, 3-5 Wochen, 2 Wochen), nur geringfügige und kaum signifikante Unterschiede zwischen den beiden Nutzungsgruppen vorliegen. Zweitens, nehmen die Ja-Stimmenanteile bei den Umfragenutzern nach der Veröffentlichung der Prognosen zwar stark zu, doch die Anteile der Referenz-gruppe bleiben nicht etwa konstant, sondern *fallen* dramatisch. Diese Entwicklung kann aber unmöglich ein demoskopischer Effekt sein, denn die Referenzgruppe gibt ja explizit an, *keine* Umfrageresultate beachtet zu haben. Kurz, die Volatilität im Stimmverhalten scheint nicht das Resultat von demoskopischen Effekten zu sein, sondern ist wohl eher das Resultat von Samplingfluktuationen.

Um die Wirkung der Umfragenutzung auf das Stimmverhalten abschliessend zu beurteilen, haben wir eine logistische Regression zur Erklärung der Stimmentscheidung durchgeführt (siehe Tabelle 4). Das getestete Modell enthält neben der Umfragenutzung noch weitere mutmassliche Stimmdeterminanten, wie etwa die Parteizugehörigkeit des Befragten, sein Alter, sein Bildungsniveau, seine Informiertheit über die Vorlage und nicht zuletzt auch seine inhaltliche Argumentenposition. Die geschätzten Koeffizienten sind logarithmierte Odds, die inhaltlich allerdings schwer zu interpretieren sind. Deshalb haben wir nachfolgend im Fliesstext die auf der Basis der Modellschätzung ermittelten Wahrscheinlichkeiten, Ja zu stimmen, angegeben.

Tabelle 4: Ja-Stimmenentscheidung Minarettverbots-Initiative, Schätzergebnisse logistische Regression

Variable	Koeffizient	(Std.fehler)
Geschlecht	0.961 **	(0.333)
SVP	0.399	(0.677)
SP	-0.072	(0.522)
FDP	0.585	(0.546)
CVP	-0.787	(0.611)
Nicht-BR-Parteien	-0.568	(0.439)
Links-Rechts	0.008	(0.007)
Nutzung Umfrageresultate	0.286	(0.333)
Bildung	0.000	(0.000)
Informiertheit	1.549 **	(0.435)
Argumentenposition	0.405 **	(0.039)
Chancengleichheit Ausländer	0.485 *	(0.220)
Modern/Tradition	0.473 †	(0.256)
Alter	-0.190 †	(0.106)
Achsenabschnitt	15.043	(10.829)
N	612	
Log-likelihood	-134.549	
$\chi^2_{(14)}$	578.661	
Signifikanzniveau : † : 10% * : 5% ** : 1%		

Die Analyse zeigt, dass die Umfragenutzung keinen signifikanten Effekt auf das Stimmverhalten hatte. Signifikant (auf dem 95%-Niveau) sind in diesem Modell einzig die Variablen Geschlecht, Argumentenposition und Informiertheit.⁴⁴ Gemäss unserer Modellschätzung beträgt die Wahrscheinlichkeit, Nein zu stimmen - bei Konstanzhaltung aller anderen Einflussfaktoren - für diejenigen, die auf der Argumentenskala (mit einem Range zwischen -20 (entschieden gegen die Initiative) und +20 (entschieden für die Initiative)) beispielsweise einen Wert von -10 erreichten, also grossmehrheitlich gegen die Initiative argumentierten, 99 Prozent. Für diejenigen, die einen Wert von +10 aufwiesen, beträgt dieselbe Wahrscheinlichkeit, nur noch 2 Prozent. Für diejenigen Stimmbürger, bei denen sich Pro- und Kontra-Erwägungen exakt die Waage hielten (Wert 0), beträgt die geschätzte Wahrscheinlichkeit einer Nein-Stimme 54 Prozent.⁴⁵ Kurz, die inhaltlichen Positionen waren entscheidend für das Ergebnis. Daneben spielten auch

⁴⁴Die Signifikanz gibt die Irrtumswahrscheinlichkeit an, mit der ein Zusammenhang auch in der Grundgesamtheit angenommen werden kann. Mit anderen Worten: Signifikanztests dienen dazu, festzustellen, ob die ermittelten Ergebnisse zufällig zustande gekommen sind oder nicht. Ergebnisse, die eine Irrtumswahrscheinlichkeit von weniger als 1 Prozent aufweisen, gelten als sehr signifikant, solche mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von weniger als 5 Prozent als signifikant.

⁴⁵Es handelt sich hierbei um ungewichtete Werte. Der Anteil Nein-Stimmender war im Sample höher als effektiv. Die angegebenen

noch eine Reihe weiterer Faktoren eine gewisse Rolle, die Nutzung von Umfragen gehört jedoch nicht zu diesen.

Fassen wir die Resultate des ersten Teils der Analyse nochmals zusammen:

- Die Meinungsforschung liefert keine eindeutigen, empirischen Belege für signifikante Demoskopieeffekte.
- Die Minarettverbots-Initiative wurde auf der Basis stabiler Prädispositionen bewertet. Das Modifikationspotential ist bei solchen Abstimmungen erfahrungsgemäss gering. Selbst dominante Werbekampagnen können in solchen Entscheidungssituationen kaum Persuasionseffekte erzielen. Umso unwahrscheinlicher erscheint es, dass Meinungsumfragen die Stimmabsicht hätten drehen können.
- Die Stimmentscheidung der Bürger steht weitestgehend in Einklang mit ihren Ansichten und Haltungen zu dieser Sachfrage. Kaum jemand hat eine Entscheidung gefällt, die seinen inneren Überzeugungen widerspricht. Letzteres muss aber erfüllt sein, damit wir von demokratiethoretisch bedenklichen Umfrageeffekten sprechen können.
- Das soziale, mediale, kognitive und politische Profil des Umfragennutzers ist derart, dass eine Persuasionswirkung von demoskopischen Resultaten a priori wenig wahrscheinlich ist. Der typische Umfragennutzer nimmt Medieninformationen nicht völlig unkritisch auf, sondern reflektiert.
- Die Analyse des Entscheidungszeitpunktes und des Stimmverhaltens bietet keine empirischen Anhaltspunkte für das Vorliegen von Umfrageeffekten.

Alles in allem darf mit grosser Wahrscheinlichkeit davon ausgegangen werden, dass die vorab kommunizierten Vorumfragewerte keinen Einfluss auf das Stimmverhalten des Elektorats hatten. Das schliesst jedoch noch nicht aus, dass die Umfragen Mobilisierungseffekte zeitigten. Dies wollen wir im nachfolgenden Kapitel näher untersuchen.

5 Die Mobilisierung der Stimmbevölkerung bei der Abstimmung über die Minarettverbots-Initiative

In diesem Abschnitt beschäftigen wir uns mit der Frage, welche Merkmalsgruppen mobilisiert bzw. demobilisiert wurden. Dabei werden zwei Vergleichsgrössen herangezogen. Zum einen werden die Beteiligungsquoten verschiedener Merkmalsgruppen mit ihren zu Beginn des Abstimmungskampfes geäusserten Teilnahmeabsichten verglichen. Dieser Vergleich ermöglicht uns zum einen (annäherungsweise) herauszufinden, ob die (vermeintliche) „Fehlprognose“ daraus resultierte, dass sich der in den Vorumfragen *ermittelte* Stimmkörper wesentlich von dem *tatsächlichen* Stimmkörper unterschied.⁴⁶ Zum anderen werden auf diese Weise Mobilisierungs- und Demobilisierungstendenzen *während der Abstimmungskampagne* sichtbar.

Die zweite Vergleichsgrösse sind die Beteiligungsquoten bei anderen, gleichgearteten Abstimmungen. Dieser Vergleich zeigt auf, welche Gruppierungen sich in besonders starkem Ausmass an der Minarettverbotsabstimmung beteiligten und ob davon eher die Befürworter oder die Gegner profitierten.

Schliesslich wollen wir noch der Frage nachgehen, ob die Umfrageergebnisse einen Einfluss auf den Mobilisierungsprozess hatten. Wir werden diese Frage vor dem Hintergrund der im theoretischen Teil vorgestellten Mobilisierungseffekte zu beantworten versuchen.

5.1 Der Mobilisierungsprozess bei der Minarettverbots-Abstimmung

Zur ersten Frage: Welche Merkmalsgruppen wurden *während des Abstimmungskampfes* mobilisiert bzw. demobilisiert? Zu diesem Zweck wollen wir die ungewichteten,⁴⁷ *bestimmten* Teilnahmeabsichten, welche in der 2. *Befragungswelle* geäussert wurden, mit den im Vox-Sample ermittelten Teilnahmequoten vergleichen (Tabelle 5). Demobilisierungstendenzen stellen wir bei den Frauen (von 78.8% auf 72.0%), den Parteiunabhängigen (72.7, 56.8), den Romands (88.5, 70.1), den jüngsten Stimmberechtigten (56.4, 41.8) und den hoch Gebildeten fest. Von diesen Merkmalsgruppen stimmten die Frauen und die Parteiunabhängigen überdurchschnittlich stark Ja (wenngleich nur knapp überdurchschnittlich), die

⁴⁶Besonderen Nachdruck wollen wir auf das Adverb „annäherungsweise“ legen, denn wir wissen nicht, wie sich der Stimmkörper am 29.11.2009 *tatsächlich* zusammensetzte. Uns steht lediglich die Vox-Nachbefragung zur Verfügung. Diese weist einen zu hohen Anteil Teilnehmender auf.

⁴⁷Eine Bemerkung zur Gewichtung: Das gfs.bern gewichtet die ermittelten Teilnahmequoten mit einem aus langjährigen Abstimmungserfahrungen gewonnenen Multiplikationsfaktor. Diese Praxis der Gewichtung macht für unsere spezifische Forschungsfrage jedoch wenig Sinn. Wir wollen herausfinden, ob es Mobilisierungstendenzen gab, die *eben nicht* den gängigen Mustern entsprechen. Deshalb wurde auf eine solche Gewichtung bewusst verzichtet (hingegen wurde nach Sprachregionen gewichtet). Die ausgewiesenen Teilnahmequoten sind deshalb auch überschätzt, jedoch in *systematischer* Weise. Dies wiederum sollte keinen Einfluss auf das Verhältnis zwischen den unterschiedlichen Teilnehmeraten haben.

anderen Gruppen lehnten die Vorlage überdurchschnittlich häufig ab. Übermässig stark mobilisiert wurden von den untersuchten Gruppen bloss die CVP- und die Grünen-Wähler (56.0, 80.5 bzw. 72.0, 92.3), wobei diese Resultate aufgrund der geringen Fallzahl bloss als Tendenz zu werten sind. Grüne und CVP-Sympathisanten wiederum stimmten häufiger Nein als der landesweite Durchschnitt.

Tabelle 5: Teilnahmeabsichten und Teilnahmequoten (in % (n)) verschiedener Merkmalsgruppen im Zeitvergleich (ungewichtet)

	1. Welle	2. Welle	Nachbefragung
Männer	59.6 (604)	72.7 (604)	71.2 (504)
Frauen	64.8 (603)	78.8 (609)	72.0 (504)
SVP	55.0 (40)	82.5 (40)	83.2 (131)
SP	53.5 (43)	77.5 (40)	78.6 (159)
FDP	32.3 (31)	70.0 (30)	68.9 (132)
CVP	50.0 (26)	56.0 (25)	80.5 (77)
Grüne	44.0 (25)	72.0 (25)	92.3 (52)
Parteiungebundene	50.9 (291)	72.7 (293)	56.8 (252)
Deutschschweiz	58.3 (894)	73.1 (898)	73.7 (704)
Franz. Schweiz	78 (259)	88.5 (261)	70.1 (244)
Tessin	50.9 (53)	58.5 (53)	53.3 (60)
18-29	42.9 (177)	56.4 (140)	41.8 (153)
30-39	52 (244)	63.5 (274)	58.5 (200)
40-49	61.7 (222)	78.0 (218)	78.0 (177)
50-59	68.7 (201)	81.2 (218)	81.3 (182)
60-69	71.6 (201)	87.2 (195)	85.4 (151)
70 und älter	79.6 (129)	89.0 (163)	86.9 (145)
Primarschule/Sek I	50.0 (100)	62.8 (78)	58.5 (65)
Berufsausbildung	55.9 (617)	67.7 (643)	64.7 (439)
Matur	55.9 (152)	77.9 (113)	71.0 (93)
Höh. Fachschule/-ausbildung	69.0 (155)	88.1 (134)	80.4 (168)
Uni, ETH, FHS	90.6 (181)	94.6 (241)	82.5 (240)
Stimmabsicht Ja	69.7 (264)	83.2 (334)	
Stimmabsicht eher Ja	40.1 (187)	47.1 (136)	
Stimmabsicht eher Nein	54.1 (207)	51.9 (154)	
Stimmabsicht Nein	81.8 (351)	88.7 (460)	
Weiss nicht/unentschieden	44.6 (184)	67.6 (105)	

Was die *Stimmabsicht* betrifft, so ist bloss ein Vergleich zwischen den beiden Vorumfragen möglich. Bürger mit einer Nein-Tendenz äusserten bei der zweiten Vorumfrage eine höhere Bereitschaft zur Beteiligung als potentielle Ja-Stimmende. Allerdings stieg die Gewissheit, teilnehmen zu wollen, bei den Befürwortern zwischen der ersten und der zweiten Welle stärker an als bei den potentiellen Initiativgegnern. Würden wir die Werte extrapolieren, würden sich die Beteiligungsraten für alle vier Stimmabsichtskategorien angleichen, was aller Voraussicht nach wenig am Abstimmungsergebnis geändert hätte.

All dies liefert allerdings noch keinen Hinweis darauf, ob das Beteiligungspotential der beiden Lager unterschiedlich ausgeschöpft wurde. Die Partizipationsanalyse von soziodemographischen Gruppen liefert gesamthaft gesehen keine eindeutigen empirischen Belege dafür, dass potentielle Vorlagengegner ihre Teilnahmeabsichten weniger konsequent umsetzten als potentielle Befürworter. Es scheint somit wenig wahrscheinlich, dass eine Demobilisierung der potentiellen Nein-Stimmenden stattfand und dies die gfs.bern-Vorbefragungen (bzw. die daraus abgeleiteten Stimmprognosen) über den Haufen warf.

5.2 Mobilisierungsprozesse im Vergleich

Wenden wir uns nun der zweiten Frage zu. Sie betrifft nun nicht mehr die gfs.bern-Vorumfragen und deren Abweichung vom effektiven Resultat, sondern beschäftigt sich mit dem Mobilisierungsprozess im Allgemeinen. Sie lautet: Welche Gruppen haben sich bei der Minarettverbots-Initiative stärker beteiligt als bei vergleichbaren Abstimmungen? Zu diesem Zweck haben wir die ungewichteten Teilnahmequoten unterschiedlicher Merkmalsgruppen für drei Kategorien von Abstimmungen miteinander verglichen (siehe Tabelle 6). Eine dieser Kategorien ist die Abstimmung über die Minarettverbots-Initiative. Eine weitere Kategorie bilden sämtliche Urnengänge zwischen 1981 und 2005. Um eine bessere Vergleichbarkeit zu ermöglichen, haben wir zusätzlich eine dritte Vergleichskategorie gebildet, die sich aus fünf jüngeren Vorlagen zusammensetzt, in welchen die SVP in einem ähnlichen Themenfeld alleine gegen die restlichen Bundesratsparteien antrat. In der Annahme, wonach die im Vox-Sample ermittelten Teilnehmeraten gleichermaßen verzerrt sind, lassen sich die Differenzen zwischen den Kategorien als Mobilisierungs- bzw. Demobilisierungstendenzen interpretieren.

Welche Gruppen nahmen stärker als gewöhnlich an der Minarettverbots-Abstimmung teil? Zunächst ist zu sagen, dass die Minarettverbots-Initiative die meisten Merkmalsgruppen *überdurchschnittlich* stark an die Urne trieb.⁴⁸ Dabei fallen jedoch zwei Gruppierungen besonders ins Auge: Die ältesten Stimmberechtigten (70 und älter) strömten in selten zuvor gesehenen Massen in die Stimmlokale (Differenz zwischen SVP-Vorlagen und Minarettverbots-Abstimmung: +20.2 Prozentpunkte) - und legten mehrheitlich ein Ja in die Urne. Auch die Sympathisanten der Grünen Partei wollten dieser Abstimmung um keinen Preis fernbleiben (Differenz: +22 Prozentpunkte, Stimmbeteiligung: 92.3%!) - sie lehnten die Vor-

⁴⁸Ob dabei das Vorlagenthema, die Parteien, Umfrageresultate oder etwas anderes die Bürger an die Urne trieb, ist ex post nicht zu eruieren. Die Stimmbürgerschaft wurde auf jeden Fall überdurchschnittlich stark mobilisiert.

lage jedoch massiv ab. Bloss, deren Anzahl ist zu gering, um, erstens, der zuvor gemachten Aussage das Etikett der statistischen Verlässlichkeit anheften zu dürfen und um, zweitens, starken Einfluss auf das Stimmergebnis zu haben.

Tabelle 6: Teilnahmequoten verschiedener Merkmalsgruppen, ungewichtet (n)

	1981-2005	SVP-Vorlagen	Minarettverbots-I.
Männer	62.9 (32707)	63.4 (2438)	71.2 (504)
Frauen	55.8 (33652)	58.2 (2581)	72.0 (504)
SVP	68.5 (5126)	73.0 (508)	83.2 (131)
SP	68.6 (9132)	74.2 (749)	78.6 (159)
FDP	71.7 (6554)	72.9 (421)	68.9 (132)
CVP	69.7 (2054)	71.2 (281)	80.5 (77)
Grüne	64.0 (1627)	70.3 (91)	92.3 (52)
Parteiungebundene	49.7 (23895)	48.1 (2016)	56.8 (252)
18-29	43.9 (11873)	41.4 (759)	41.8 (153)
30-39	53.9 (14230)	54.8 (1107)	58.5 (200)
40-49	62.0 (12641)	62.3 (900)	78.0 (177)
50-59	66.3 (10401)	68.5 (782)	81.3 (182)
60-69	71.5 (7897)	73.1 (726)	85.4 (151)
70 und älter	65.3 (9029)	66.7 (745)	86.9 (145)
Primarschule/Sek I	47.8 (12041)	49.7 (715)	58.5 (65)
Berufsausbildung	58.0 (33324)	56.8 (2405)	64.7 (439)
Matur	66.5 (5422)	63.4 (366)	71.0 (93)
H. Fachschule	65.8 (6117)	67.3 (553)	80.4 (168)
Uni, ETH, FHS	70.9 (8860)	73.5 (954)	82.5 (240)
geringes pol. Int.	20.5 (4327)	18.5 (546)	11.9 (84)
eher geringes pol. Int.	40.8 (11311)	38.9 (1256)	37.7 (212)
eher hohes pol. Int.	70.1 (19565)	71.6 (2213)	84.9 (484)
hohes pol. Int.	85.2 (8306)	88.8 (968)	97.8 (224)
modern	62.7 (5086)	62.8 (1141)	65.5 (388)
gemischt	62.1 (5415)	64.2 (1307)	78.2 (418)
traditionell	54.4 (2273)	57.5 (499)	68.7 (185)
linksaussen	67.4 (3858)	71.2 (306)	72.7 (88)
links	65.9 (8898)	68.8 (873)	82.2 (197)
Mitte	59.9 (18255)	58.7 (1903)	67.7 (350)
rechts	69.1 (7656)	71.5 (723)	77.3 (154)
rechtsaussen	70.4 (3345)	72.7 (304)	82.7 (104)
Durchschnitt ¹	59.3/42.9	60.7/47.8	71.6/53.4

Die Spalte „SVP-Vorlagen“ gibt die durchschnittlichen Teilnahmequoten für die folgenden fünf Vorlagen an: SVP-Initiative „gegen die illegale Einwanderung“ (01.12.1996), Volksinitiative „für eine Regelung der Zuwanderung“ (24.09.2009), SVP-Volksinitiative „überschüssige Goldreserven in den AHV-Fonds“ (22.09.2002), SVP-Initiative „gegen Asylrechtsmissbrauch“ (24.11.2002), Bundesbeschluss über die ordentliche Einbürgerung sowie über die erleichterte Einbürgerung junger Ausländerinnen und Ausländer der zweiten Generation (26.09.2004).

¹ Die Zeilenwerte geben zunächst die im Sample *ermittelten*, ungewichteten, durchschnittlichen Teilnahmequoten an. Sodann folgt als Vergleichsgrösse die *effektive*, durchschnittliche Beteiligungsrate. Lesebeispiel: Die in den Voxbefragungen ermittelte, ungewichtete Teilnahmequote für alle Urnengänge zwischen 1981 und 2005 betrug 59.3 Prozent. Die effektive Beteiligungsrate betrug 42.9 Prozent. Mit anderen Worten: Das „Overreporting“ bei der Teilnahmebefragung betrug durchschnittlich 16.4 Prozent.

Welche Bevölkerungsgruppen beteiligten sich in ungewöhnlich geringem Masse an der Minarett-Abstimmung? Keine, doch folgende Gruppen wurden vergleichsweise mässig mobilisiert: die SP- (+4.4%) und FDP-Sympathisanten (-4%), die jüngeren Stimmberechtigten (18-29: +0.4%; 30-39: +3.7%), gering politisierte Bürger (-6.6% bzw. -1.2%), Personen mit einer gesellschaftspolitisch „modernen“ Einstellung (+2.7%) und zuletzt auch Stimmbürger, die sich selbst linksausen einstufen (+1.5%). Berücksichtigt man die absolute Grösse dieser Gruppen, so fällt die „Stimmbilanz“ der Demobilisierung insgesamt negativ für die Vorlagengegner aus. Denn die zahlenmässig stärksten, demobilisierten Gruppen (SP-Sympathisanten, jüngere Stimmberechtigte und vor allem die „Modernisten“ unter den Stimmbürgern) lehnten die Vorlage allesamt mehrheitlich ab. Mit anderen Worten: Hätten die genannten Merkmalsgruppen den Urnengang ähnlich häufig unter die Füsse genommen wie etwa die SVP-Sympathisanten, so wäre das Resultat wohl knapper ausgefallen.

Eine weitere relevante Fragestellung ist diejenige, ob das Ja-Lager stärker mobilisiert wurde als das Nein-Lager. Diese Frage ist äusserst schwer zu beantworten, da wir nicht wissen, wer im Vorfeld der Abstimmung zum Nein- und wer zum Ja-Lager zählte. Mit der Hilfe der Argumentenhaltung liessen sich diese zwar approximativ konstruieren. Bloss, bei der Vox-Nachbefragung werden nur die Teilnehmenden nach ihren Argumentenhaltungen gefragt, womit sich keine definitive Beteiligungsrate ermitteln lässt. Die Auswertungen der Teilnahmeabsichten der unterschiedlichen Lager (Abbildungen 7 und 8) zeigen immerhin, dass das Nein-Lager eher gewillt war, seinen Stimmbürgerpflichten nachzugehen als das Ja-Lager. Die Unterschiede sind allerdings gering und es handelt sich dabei, wie gesagt, bloss um geäusserte Stimm- und Teilnahmeabsichten. Ob diese auch so umgesetzt wurden, wie sie angekündigt wurden, ist jedoch nicht bekannt und kann ex post auch nicht ermittelt werden.

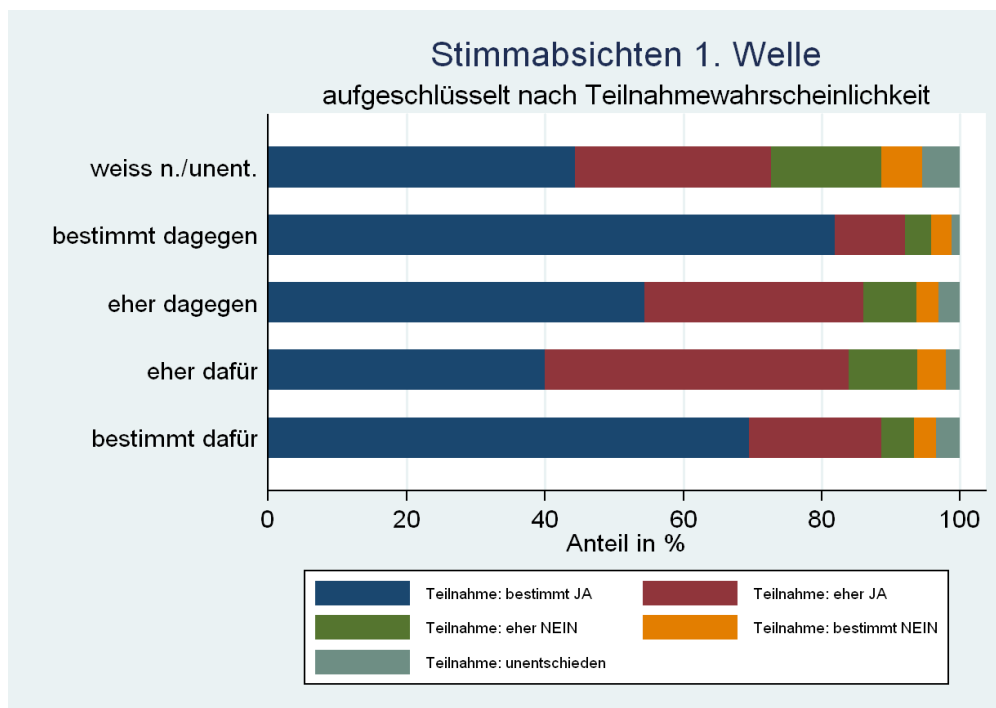


Abbildung 7: Teilnahmeabsicht und Stimmabsicht, 1.Welle

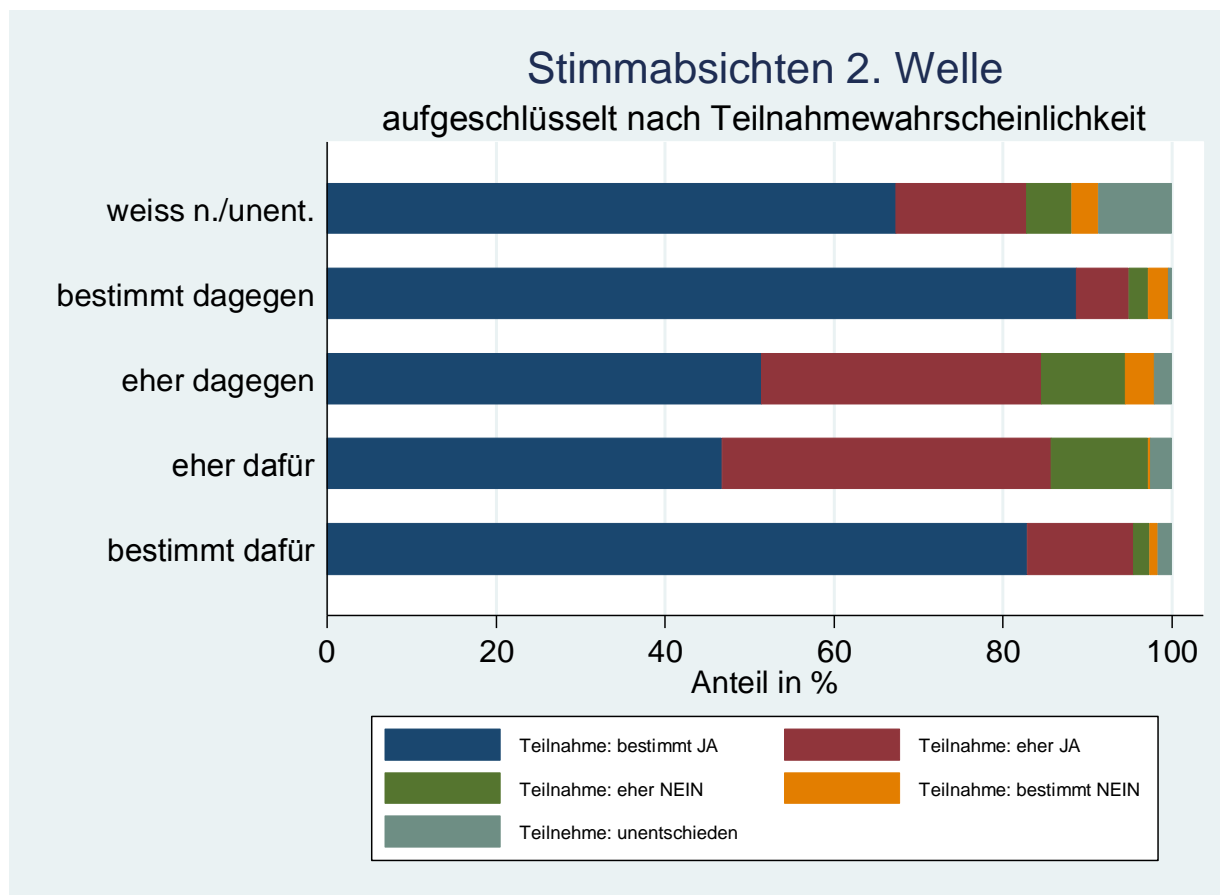


Abbildung 8: Teilnahmeabsicht und Stimmabsicht, 2. Welle

5.3 Mobilisierungseffekte durch die Vorumfragen?

Insgesamt lässt sich festhalten, dass Stimmbürger mit einer ablehnenden Prädisposition weniger stark mobilisiert wurden als diejenigen, deren strukturelle und psychologische Merkmale eher eine Ja-Entscheidung erwarten liessen. Woran lag das? War dies nun ein Effekt der Meinungsumfragen? Es kann sich *per definitionem* nicht um einen *Defätismus-Effekt* handeln, denn davon hätten die Vorlagengegner profitiert, was, wie gezeigt, eben nicht der Fall war. Hingegen ist nicht auszuschliessen, dass die Stimmbürger, im (durch die Umfrageresultate begründeten) festen Glauben, wonach die Vorlage ohnehin abgelehnt werde, ihre Stimme zu Signalisationszwecken einsetzten. Mit anderen Worten: Da die „Abstimmungsprognosen“ ohnehin einen Sieg der Vorlagengegner voraussagten, konnte man getrost - ohne Konsequenzen eines solchen Verhaltens befürchten zu müssen - dem Bundesrat oder anderen Institutionen einen „Denkzettel“ verpassen.

Nun ist es keineswegs so einfach, aus den Motivangaben der Befragten zweifelsfreie Signalisationsbotschaften herauszulesen. In der Tat wurde in der Vox-Nachbefragung eine nicht unbeträchtliche

Zahl von Stimmgründen angegeben, die selbst im weitesten Sinne wenig mit dem Minarettbau zu tun haben. Gaddafis Entgleisungen, Ressentiments gegen Ausländer im Generellen und andere Motive werden genannt. Nur ist nicht klar, ob diese Personen dem Bundesrat einen Denkkzettel für seine in ihren Augen zu lasche Aussen- und Ausländerpolitik verpassen wollten, ohne jedoch der Initiative zur Annahme verhelfen zu wollen oder ob sie diese Erwägungen als durchaus zu rechtfertigende Gründe für eine Ja-Entscheidung ansahen. Am wahrscheinlichsten ist, dass man seinem *generellen* (und somit nicht auf die Minarette als solche bezogenen) Unmut Luft verschaffen wollte - aber nicht deswegen, weil man mit der Ablehnung der Vorlage fest rechnete, sondern weil ihre Annahme ohne persönliche Konsequenzen blieb.⁴⁹ Der Vergleich zwischen Argumentenhaltung und Entscheidung zeigte ja bereits, dass hochgradig argumentbasiert entschieden wurde. Es gab - abgesehen von denjenigen, welche die Stossrichtung der Initiative missverstanden - so gut wie niemanden, der gegen seine Überzeugungen stimmte. Bei idealtypischen Denkkzettel-Stimmenden müsste jedoch genau dies zu beobachten sein.

Haben die gfs.bern-Vorurfragen bei den Befürwortern vielleicht eine „Jetzt-erst-recht“-Stimmung ausgelöst, während sie die Gegner einlullten und schläfrig machten? In diesem Falle müssten sich die Teilnahmeabsichten der beiden Gruppen während des Abstimmungskampfes in unterschiedlicher Richtung entwickeln. Dafür gibt es jedoch - wie zuvor gezeigt - nur wenige, keinesfalls eindeutige Hinweise. Hinzu kommt, dass sich diejenigen Effekte, die wir gemäss der Theorie erwarten könnten, bei *einigen* potentiellen Befürworter- oder Gegnergruppierungen einstellten, bei anderen jedoch nicht bzw. dass sie in die entgegengesetzte Richtung verliefen. Warum aber sollten - um ein konkretes Beispiel zu nennen – *dieselben* Umfrageresultate auf die Grünen eine euphorische Wirkung haben, auf die SP-Sympathisanten (welche praktisch dieselbe negative Stimmtendenz hatten wie die Grünen) jedoch demoralisierend wirken? Kurz, die Daten liefern uns keinen Hinweis darauf, dass die Umfragen die beiden Lager unterschiedlich mobilisiert hätten.⁵⁰

⁴⁹Wir haben in den Entscheidungsbegründungen von Umfragenutzern und Nicht-Nutzern keine systematischen Unterschiede gefunden. Nichts deutet darauf hin, dass Umfragenutzer ihre Entscheidung anders rechtfertigten. Und nirgendwo wurde ein Bedauern geäußert, dass die Vorlage entgegen den Prognosen angenommen wurde.

⁵⁰Experimentelle Untersuchungen zu Mobilisierungseffekten (Ansolabehere und Iyengar 1994) zeigen ebenfalls, dass die Partizipationsbereitschaft kaum durch Umfrageresultate beeinflusst wird.

6 Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Zwei Fragen standen im Zentrum dieser Untersuchung: Hatte die Publikation von demoskopischen Ergebnissen zur Minarettverbots-Initiative einen Einfluss auf das Stimmverhalten und die Stimmbeteiligung? Wurden gewisse Gruppierungen stärker mobilisiert als andere?

Umfrageeffekte konnten weder für die Partizipation noch für das Entscheidungsverhalten nachgewiesen werden. Insofern widersprechen die vorliegenden Befunde der in der Einleitung zitierten Aussage, wonach es wissenschaftlich erwiesen sei, dass Umfragen meinungsbeeinflussend seien und ein hohes Persuasionspotential aufweisen. Dass die Stimmentscheidung von den Umfrageergebnissen beeinflusst wurde, ist höchst unwahrscheinlich. Alle gesammelten empirischen Belege sprechen dagegen. Zunächst stellen wir eine sehr hohe Übereinstimmung zwischen den inhaltlichen Präferenzen und der Stimmentcheidung fest. Die Stimmbürgerschaft war gut informiert und setzte ihre inhaltlichen Positionen zur Sachfrage auch konsequent in eine entsprechende Entscheidung um. Allein dieser Befund reicht aus, um *demokratieschädliche* Effekte der untersuchten Umfragen auszuschliessen. Denn im Umkehrschluss bedeutet dies, dass so gut wie niemand eine Entscheidung fällte, die seiner eigentlichen Haltung widersprach. Weiter deuten die Analyseergebnisse darauf hin, dass von den Umfragen weder persuasiv-manipulative noch sonstwelche Wirkungen auf das Entscheidungsverhalten ausgingen. Denn der Umfragenutzer ist typischerweise jemand, der nur ein sehr geringes Persuasionspotential aufweist. Er nutzt in der Regel eine Vielzahl weiterer Informationsquellen, ist gut informiert, weist stabile Haltungen auf und entspricht somit überhaupt nicht dem Typus eines von Informationen leicht zu manipulierenden Bürgers.

Haben die Umfragen unterschiedliche Merkmalsgruppen in unterschiedlichem Ausmass mobilisiert oder gar demobilisiert? Diese Frage ist etwas schwieriger zu beantworten. Gruppen mit einer insgesamt ablehnenden Stimmtendenz haben sich in der Tat etwas weniger stark beteiligt als diejenigen, die in ihrer Gesamtheit eher zu einem Ja neigten. Wobei nochmals darauf hingewiesen sei, dass sich die *meisten* Merkmalsgruppen bei der Minarettverbots-Abstimmung *überdurchschnittlich stark* beteiligten. Aber gewisse Teile der Stimmbürgerschaft strömten in ungewöhnlicher Zahl an die Urnen und diese legten oft ein mehrheitliches Ja ein. Das heisst aber keineswegs, dass diese variierenden Mobilisierungsraten aus einer unterschiedlichen Perzeption der Umfragewerte resultierten. In der Tat deutet wenig darauf hin, dass die gfs.bern-Umfragen einen Einfluss auf die Beteiligungsbereitschaft der Stimmbürger hatten. Mitnichten lösten sie eine defätistische Haltung bei den Befürwortern aus. Ebenso wenig schienen sie einen lethargischen Siegesglauben bei den Gegnern verbreitet zu haben. Allenfalls kam bei einigen Stimmbürgern, die aufgrund der Umfrageergebnisse überzeugt waren, dass die Initiative ohnehin abgelehnt würde, der Gedanke auf, ihre Stimme zu Signalisationszwecken zu verwenden. Die Vox-Motivanalyse zeigt aber, dass selbst die mutmasslichen „Denkzettelstimmenden“ nicht wirklich entgegen ihren eigentlichen Absichten abge-

stimmt haben können. Zudem ist bei der Vox-Nachbefragung nirgendwo ein Bedauern zum Ausdruck gebracht worden, dass die Initiative nun doch angenommen worden sei.

Die Analyse hat ausserdem gezeigt, dass die *Argumentenhaltung* der Stimmbürgerschaft immer schon zu einer (knappen) Annahme der Minarettverbots-Initiative prädisponierte. Nun sind inhaltliche Position und tatsächliche Stimmenscheidung zwei unterschiedliche Konstrukte, und nicht selten sind diese beiden selbst am Abstimmungssonntag nicht deckungsgleich. Dafür gibt es unterschiedliche Gründe. Als Faustregel liesse sich freilich formulieren: Je kontroverser die öffentliche Debatte um eine Vorlage, desto informierter die Stimmbürgerschaft und umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass inhaltliche *Stimm-tendenz* und Stimmenscheidung übereinstimmen. Genau dies war bei der Minarettverbots-Initiative der Fall und führte letztlich zum überraschenden Sieg der Initiativbefürworterschaft.

In Bezug auf die Durchführung der Vorumfragen empfehlen wir auf der Grundlage der vorliegenden Befunde folgendes:

- Durchführung eines Argumententests: Die von der gfs.bern abgefragten Argumente sind ein geeignetes Instrument, um die *inhaltlichen Positionen* der Stimmbürger zu erheben. Allein, die Haltungen zu den vorgelegten Sachfragen sind oft ambivalent. Einiges spricht für die Vorlage, manches jedoch dagegen (Zaller 1992). Die Bilanz dieser unterschiedlichen Pro- und Kontra-Erwägungen kann positiv, negativ oder gar ausgeglichen sein (Lavine 2001). Natürlich gibt es auch Stimmbürger, die lange im Voraus wissen, wie sie abstimmen werden und bei denen entweder Pro- oder Kontra-Argumente *dominieren*. Deren Haltungen sind unverrückbar und ihre Stimmabsichten bleiben demzufolge stabil. Diese Gruppe stellt für die Umfrageforschung auch kein Problem dar. Sie werden ihre in den Vorumfragen geäusserte Stimmabsicht mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit auch exakt so umsetzen wie sie es angekündigt haben. Ambivalente Bürger jedoch, bei denen *gleichzeitig* Pro- und Kontra-Erwägungen vorliegen, sind in ihrer Stimmabsicht weitaus weniger gefestigt. Ihre Entscheidung steht bei den Vorumfragen noch nicht fest, und ihre Entscheidung ist es auch, der für die „Abstimmungsprognostiker“ eine echte Herausforderung darstellt. Häufig besitzen diese ambivalenten Stimmbürger aber eine gewisse inhaltliche *Tendenz*. Sind nun inhaltliche Tendenz und geäusserte Stimmabsicht nicht deckungsgleich, dann sollte dies bei hoch konfliktiven Vorlagen wie der Minarettverbots-Vorlage ein Warnsignal sein. Deshalb raten wir, die inhaltlichen Positionen in den Vorumfragen vertieft zu analysieren, weil sie einen ziemlich verlässlichen, zusätzlichen Indikator für die künftige Stimmenscheidung darstellen.
- Fragen zur Meinungsbildung: Wir sind der Ansicht, dass bereits bei den Vorumfragen Informationsverarbeitungsprozesse untersucht bzw. abgefragt werden sollten. Information bildet die Grundlage zur Bewertung von Vorlagen. Woher also bezieht der Stimmbürger seine Informationen? Ist er überhaupt informiert, worüber abgestimmt wird? Uninformierte Bürger, die aber gleichwohl eine feste Stimmabsicht äussern, sind aus der Sicht der Meinungsforschung besonders „unsichere

Kantonisten“. Im Falle einer hoch umstrittenen Vorlage ist damit zu rechnen, dass diese Stimmenden ihre Einstellung aufgrund der veränderten Informationslage ebenfalls ändern. Im Falle von tief konfliktiven Vorlagen jedoch werden sich solche Bürger an Heuristiken wie die Bundesratsempfehlung orientieren. Auf jeden Fall empfiehlt es sich, Fragen zum Informationsstand und zum Informationsverarbeitungsprozess zu stellen, um einen Eindruck davon zu gewinnen, wie stabil und transitiv die geäußerten Präferenzen der Stimmbürger sind.

•Lenkungsgruppe bei untypischen Meinungsbildungsmustern: Bei *untypischen* Meinungsbildungsmustern empfehlen wir frühzeitig den Beibezug einer Lenkungsgruppe, die für solche Fälle gewissermassen „stand-by“ gehalten wird. Diese Lenkungsgruppe würde aus Journalisten, Wissenschaftlern und politischen Beobachtern bestehen und hätte die Aufgabe, eine detaillierte Situationsanalyse bei atypischen Meinungsbildungsprozessen durchzuführen.

•Synchronisierung SRG-Vorumfragen und Vox-Nachbefragungen: Der Meinungsbildungsprozess bei Abstimmungen liesse sich präziser untersuchen, wenn die Fragebatterien besser aufeinander abgestimmt wären. So wäre etwa ein einheitlicher Argumententest begrüssenswert, zumindest dort, wo dies auch Sinn macht. Selbstverständlich müssen die Argumente in einem dynamischen Prozess - und ein Abstimmungskampf ist ein solcher - immer wieder angepasst werden. Argumente sind oft eine Reaktion auf die Behauptungen eines Kontrahenten oder eine Vorwegnahme möglicher gegnerischer Argumente. Insofern ist es beinahe unvermeidbar, dass sich die Argumentenbatterien der Vorumfragen und der Vox-Nachbefragung ein wenig unterscheiden. Wenn immer möglich, sollte aber der Wortlaut der zuerst verwendeten Argumente beibehalten werden, da sie eine viel präzisere Nachbetrachtung des Meinungsbildungsprozesses erlauben. Die Zusammenarbeit bei der Auswahl der Argumente zwischen den verschiedenen involvierten Forschungsteams könnte dadurch verbessert werden, in dem alle Beteiligten frühzeitig bei der Auswahl der Testargumente beigezogen werden.

•Vorumfragen als Analyseinstrument: Für die Grundlagenforschung sind die Vorumfragen von fast unschätzbarem Wert. Sie sind insofern einzigartig, als - abgesehen von speziellen Panel-Befragungen zu einzelnen Abstimmungen im Rahmen von wissenschaftlichen Projekten - es keine Informationen zum Meinungsbildungsprozess im Vorfeld von Sachabstimmungen gibt. Die SRG-Vorumfragen werden ausserdem regelmässig durchgeführt. Dieses inzwischen umfangreiche Datenmaterial könnte dazu verwendet werden, Meinungsbildungsmuster vertieft zu untersuchen. Die Meinungsfindung ist nicht stets dieselbe für alle Vorlagen. Je nach Komplexität, Konfliktivität, Rechtsform, Vorlageninhalt und Konfliktkonstellation unterscheidet sich auch der Entscheidungsfindungsprozess. Die Vorumfragendaten sind in dieser Hinsicht ein ausgesprochen wertvolle Datenquelle.

7 Anhang A: Abbildungen und Tabellen

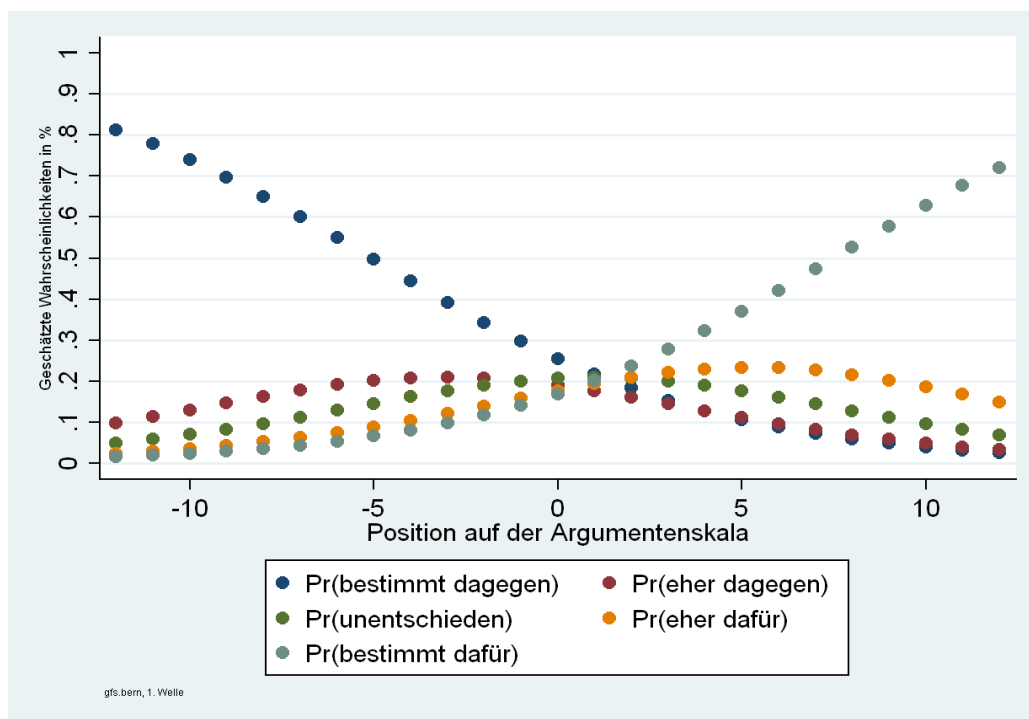


Abbildung 9: Argumentenhaltung und Stimmabsicht 1. Welle, ORM-Modellschätzung

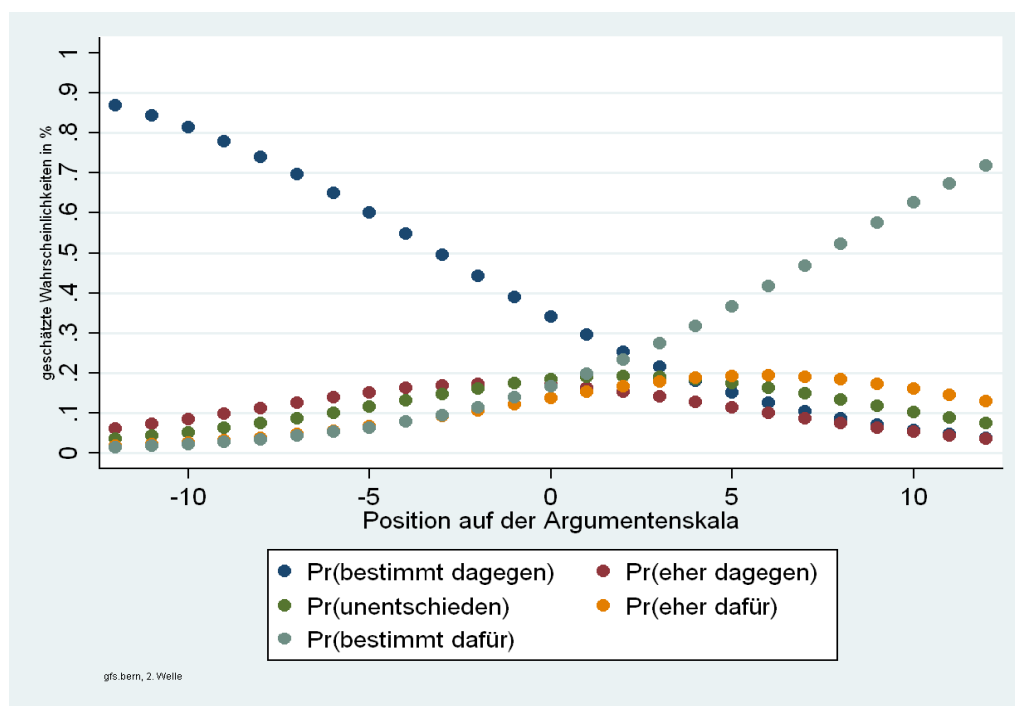


Abbildung 10: Argumentenhaltung und Stimmabsicht 2. Welle, ORM-Modellschätzung

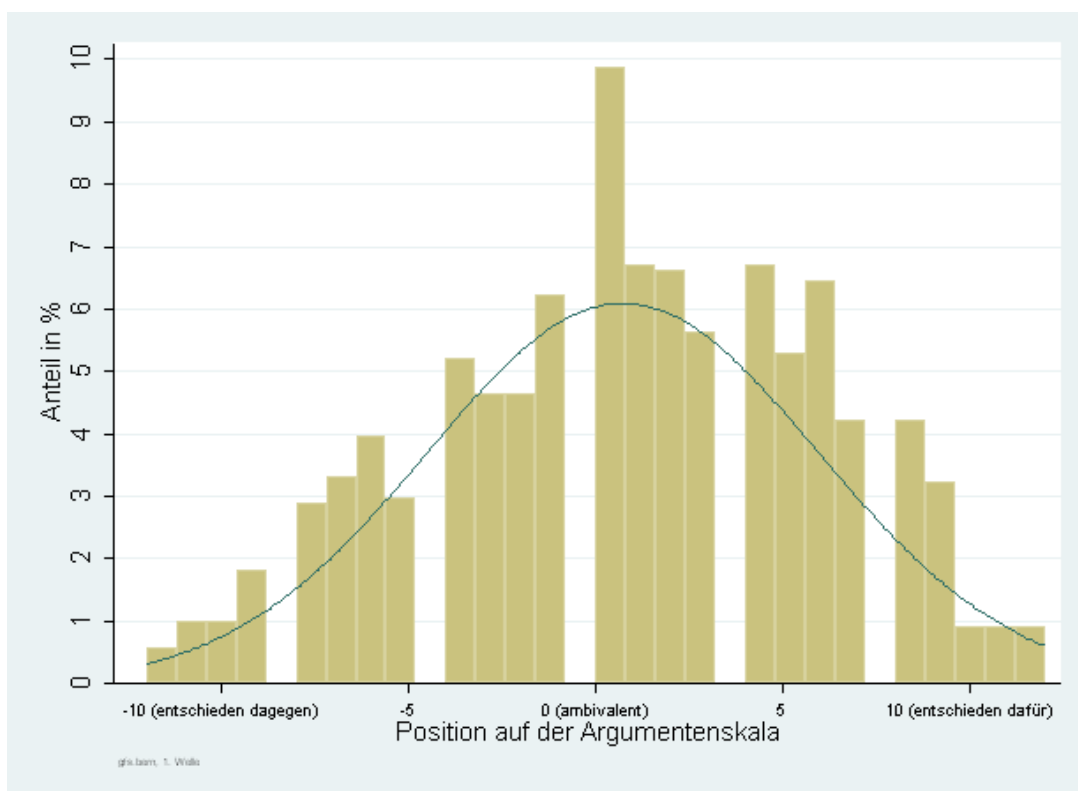


Abbildung 11: Verteilung der Issue-Präferenzen, 1. Welle

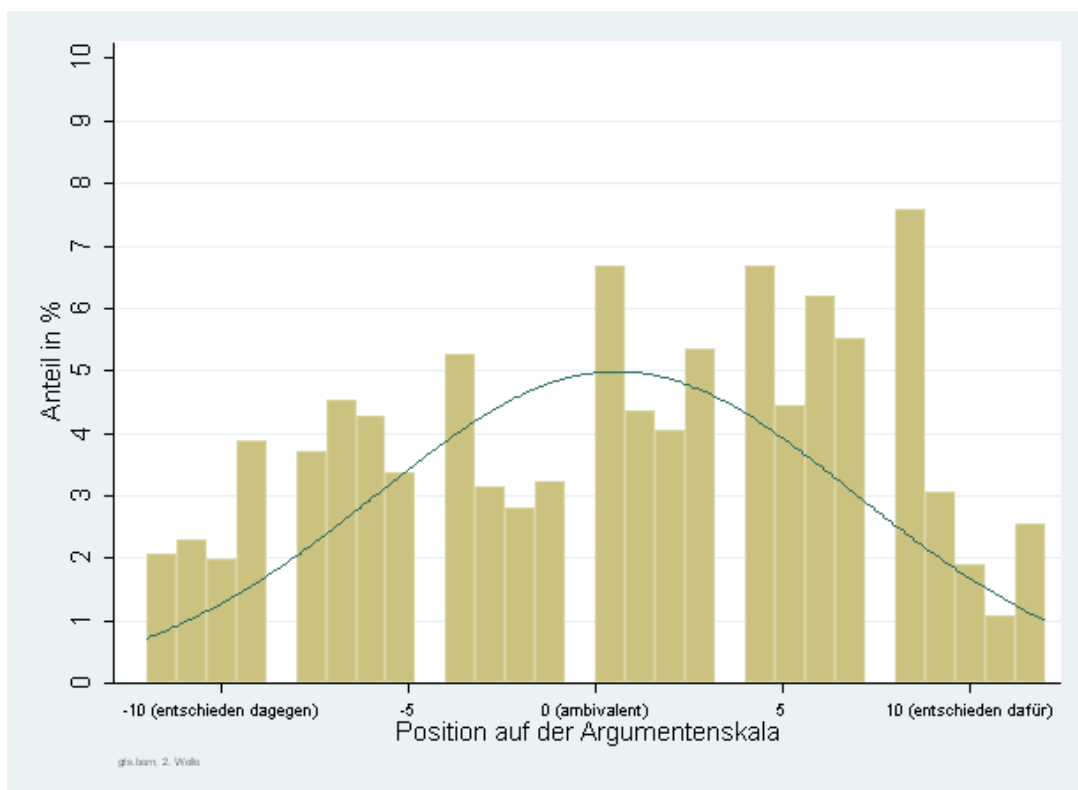


Abbildung 12: Verteilung der Issue-Präferenzen, 2. Welle

8 Anhang B: Autorenverzeichnis

Die Studie wurde geleitet von Prof. Dr. Markus Freitag, Lehrstuhl für Vergleichende Politik, Universität Konstanz und Prof. Dr. Adrian Vatter, Direktor am Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. Die empirischen Arbeiten wurden durch Dr. Thomas Milic, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern, durchgeführt.

Qualifikationen:

- Markus Freitag ist seit 2005 Inhaber des Lehrstuhls für Vergleichende Politik an der Universität Konstanz. Davor hatte er - nach Aufhalten am Europainstitut in Basel und der ETH Zürich - eine Juniorprofessur an der Humboldt-Universität zu Berlin inne. Neben der vergleichenden Policy-Analyse konzentriert sich seine Forschungs- und Publikationstätigkeit vor allem auf die politische Soziologie der Schweiz, die Wahlforschung (insbesondere Wahlbeteiligung) sowie die direkte Demokratie. Gegenwärtig ist er hauptverantwortlicher Leiter des Schweizer Freiwilligen-Monitors im Auftrag der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft.
- Adrian Vatter ist seit 2004 ordentlicher Professor für Politikwissenschaft. Er war von 2004 bis 2009 Ordinarius an den Universitäten Konstanz (D) und Zürich und ist seit August 2009 Inhaber des Lehrstuhls für Schweizer Politik und Direktor am Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern. Er hat zu Fragen der direkten Demokratie und zum schweizerischen Abstimmungsverhalten breit geforscht und publiziert. Vor seiner aktuellen Position war er Assistenzprofessor an der Universität Bern und Leiter eines privaten Büros für Politikforschung und -beratung in Bern. In diesen Funktionen hat er für Stellen der Bundesverwaltung sowie für kantonale und kommunale Behörden zahlreiche Forschungs- und Beratungsmandate wahrgenommen.
- Thomas Milic ist Oberassistent am Institut für Politikwissenschaft an der Universität Bern. Er hat seine Dissertation zum Thema Abstimmungsverhalten in der Schweiz verfasst und war für zahlreiche Vox-Abstimmungsanalysen in unterschiedlichen Funktionen, zuletzt als Projektleiter, tätig.

Literaturverzeichnis

- Ansolabehere, Stephen, Shanto Iyengar. 1994. "Of horseshoes and horse races: Experimental studies of the impact of poll results on electoral behavior." *Political Communication* 11: 413-430.
- Bonfadelli, Heinz. 2000. *Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur*. Konstanz: UVK Medien.
- Brady, Henri E. und Gary R. Orren. 1992. Sources of Error in Public Opinion Surveys. In Thomas E. Mann und Gary R. Orren (Hrsg.): *Media Polls in American Politics*. Washington: Brookings Institution, S. 55-94.
- Braun, Dietmar. 1999. *Theorien rationalen Handelns in der Politikwissenschaft. Eine kritische Einführung*. Opladen: Leske & Budrich.
- Brettschneider, Frank. 2000. Demoskopie im Wahlkampf. Leitstern oder Irrlicht? In Markus Klein, Wolfgang Jagodzinski, Ekkehard Mochmann und Dieter Ohr (Hrsg.): *50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 477-505.
- Brosius, Hans-Bernd und Anke Bathelt. 1994. "The utility of exemplars in persuasive communication." *Communication Research* 21: 48-78.
- Bütschi, Danielle. 1993. Compétence pratique. In Hanspeter Kriesi (Hrsg.): *Citoyenneté et démocratie directe*. Zürich: Seismo, S. 99-119.
- Bützer, Michael und Lionel Marquis. 2002. Public opinion formation in Swiss federal referendums. In David M. Farrell und Rüdiger Schmitt-Beck (Hrsg.): *Do Political Campaigns matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*. London: Routledge, S. 163-182.
- Burdein, Inna, Milton Lodge und Charles Taber. 2006. "Experiments on the Automaticity of Political Beliefs and Attitudes." *Political Psychology* 27(3): 359-371.
- Cain, Bruce E. 1978. "Strategic Voting in Britain." *American Journal of Political Science* 22: 639-655.
- Cloutier, Edouard, Richard Nadeau und Jean-H. Guay. 1989. "Bandwagoning and Underdogging on North-American Free Trade: A Quasi-Experimental Panel Study of Opinion Movement." *International Journal of Public Opinion Research* 1: 206-220.
- Daschmann, Gregor. 2000. "Vox Pop & Polls: The Impact of Poll Results and Voter Statements in the Media on the Perception of a Climate of Opinion." *International Journal of Public Opinion Research* 12: 160-181.
- de Vreese, Claes H. und Holli A. Semetko. 2002. "Public perception of polls and support for restrictions on the publication of polls: Denmark's 2000 euro referendum." *International Journal of Public Opinion Research* 14: 410-433.
- Donsbach, Wolfgang. 2001. *Who's afraid of election polls? Normative and empirical arguments for the freedom of pre-election surveys*. Amsterdam: Esomar.
- Faas, Thorsten und Rüdiger Schmitt-Beck. 2007. Wahrnehmung und Wirkungen politischer Meinungsumfragen. Eine Exploration zur Bundestagswahl 2005. In Frank Brettschneider, Oskar Niedermayer und

- Bernhard Weißels (Hrsg.): *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 233-267.
- Forsythe, Robert, Roger B. Myerson, Thomas A. Rietz und Robert J. Weber. 1993. "An experiment on coordination in Multi-Candidate Elections: The Importance of Polls and Election Histories." *Social Choice and Welfare* 10: 223-247.
- Forsythe, Robert, Thomas A. Rietz, Roger B. Myerson und Robert J. Weber. 1996. "An Experimental Study of Voting Rules and Polls in Three-Candidate Elections." *International Journal of Game Theory* 25: 355-383.
- Gallus, Alexander. 2002. "Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfes. "Wirkliche Macht" oder "Faktor ohne politische Bedeutung"?" *Aus Politik und Zeitgeschichte* B15/2002: 29-36.
- Gross, Jochen. 2010. *Die Prognose von Wahlergebnissen. Ansätze und empirische Leistungsfähigkeit*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hardmeier, Sibylle. 2003. Amerikanisierung der Wahlkampfkommunikation? Einem Schlagwort auf der Spur. In Sciarini, Pascal, Sibylle Hardmeier, Adrian Vatter (Hrsg.): *Schweizer Wahlen 1999, Elections fédérales 1999*. Bern: Haupt, S. 219-255.
- Hardmeier, Sibylle. 2008. The Effects of Published Polls on Citizens. In Donsbach, Wolfgang and Michael W. Traugott (Hrsg.): *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*. Los Angeles: Sage, S. 504-513.
- Hardmeier, Sibylle und Hubert Roth. 2001. *Towards a Systematic Assessment of Impact of Polls on Voters: A Meta-Analytical Overview*. In Papier präsentiert im Rahmen WAPOR, 54th Annual Conference 2001, Rom.
- Hardmeier, Sibylle und Hubert Roth. 2003. "Die Erforschung der Wirkung politischer Meinungsumfragen: Lehren vom "Sonderfall" Schweiz." *Politische Vierteljahresschrift* 44(2): 174-195.
- Hertig, Hans Peter. 1982. "Sind Abstimmungserfolge käuflich? - Elemente der Meinungsbildung bei eidgenössischen Abstimmungen." *Schweizerisches Jahrbuch für Politische Wissenschaft* 22: 35-57.
- Irwin, Galen A. und Joop van Holsteyn. 2002. "According to the Poll: The Influence of Opinion Polls on Expectations." *Public Opinion Quarterly* 66: 92-104.
- Jagodzinski, Wolfgang, Steffen Kühnel und Peter Schmidt. 1987. "Is there a Socratic Effect in nonexperimental panel studies? Consistency of an attitude towards guest workers." *Sociological Methods and Research* 15: 259-302.
- Jandura, Olaf und Thomas Petersen. 2009. "Gibt es eine indirekte Wirkung von Wahlumfragen? Eine Untersuchung über den Zusammenhang zwischen der auf Umfragen gestützten und sonstigen politischen Berichterstattung im Bundestagswahlkampf 2002." *Publizistik* 4: 485-497.
- Kenney, Patrick J. und Tom W. Rice. 1994. "The psychology of political momentum." *Political Research Quarterly* 44: 923-938.
- King, Gary. 1986. "How Not to Lie with Statistics: Avoiding Common Mistakes in Quantitative Political Science." *American Journal of Political Science* 30: 666-687.

- Kirchgässner, Gebhard. 1986. Der Einfluss der Meinungsumfragen auf das Wahlergebnis. In Max Kaase and Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): *Wahlen und politischer Prozeß. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1983*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 232-247.
- Kirchgässner, Gebhard und Tobias Schulz. 2004. *Was treibt die Stimmbürger an die Urne? Eine empirische Untersuchung der Abstimmungsbeteiligung in der Schweiz, 1981-1999*. Discussion paper no. 2004-10. Forschungsgemeinschaft für Nationalökonomie an der Universität St. Gallen.
- Kriesi, Hanspeter. 2005. *Direct Democratic Choice. The Swiss Experience*. Lanham: Lexington.
- Kriesi, Hanspeter. 2009. Sind Abstimmungsergebnisse käuflich? In Adrian Vatter, Frédéric Varone und Fritz Sager (Hrsg.): *Demokratie als Leidenschaft. Planung, Entscheidung und Vollzug in der schweizerischen Demokratie*. Bern: Haupt, S. 83-106.
- Ladd, Everett C. und John Benson. 1992. The Growth of News Polls in American Politics. In Thomas Mann und Gary R. Orren (Hrsg.): *Media Polls in American Politics*. Washington: Brookings Institution, S. 19-31.
- Lau, Richard R. und David P. Redlawsk. 2001. "Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making." *American Journal of Political Science* 45(4): 951-971.
- Lavine, Howard. 2001. "The Electoral Consequences of Ambivalence toward Presidential Candidates." *American Journal of Political Science* 45: 915-929.
- Lavrakas, Paul J. 1991. *Polling and presidential election coverage*. Los Angeles: Sage.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard R. Berelson und Hazel Gaudet. 1948. *The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lodge, Milton, Marco R. Steenbergen und Shawn Brau. 1995. "The Responsive Voter: Campaign Information and the Dynamics of Candidate Evaluation." *The American Political Science Review* 89(2): 309-326.
- Longchamp, Claude. 1990. *Analyse der eidgenössischen Abstimmungen vom 26. November 1989*. Forschungsinstitut GfS und Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern.
- Marsh, Catherine. 1984. "Back on the Bandwagon: The Effect of Opinion Polls on Public Opinion." *British Journal of Political Science* 15: 51-74.
- McAllister, Ian und Donlay T. Studlar. 1991. "Bandwagon, Underdog, or Projection? Opinion Polls and Electoral Choice in Britain, 1979-1987." *Journal of Politics* 53: 720-741.
- Mendelssohn, Harold und Irving Crespi. 1978. *Polls, Television and the New Politics*. Scrandon: Chandler.
- Milic, Thomas. 2010. "Steuern die Parteien das Volk? Der Einfluss der Parteien auf die inhaltliche Argumentation ihrer Anhängerschaften bei Schweizer Sachabstimmungen." *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 20(1): 3-45.
- Mutz, Diana C. 1997. "Mechanism of momentum: Does thinking make it so?" *Journal of Politics* 59: 104-125.
- Nadeau, Richard, Edouard Cloutier und Jean-H. Guay. 1993. "New Evidence about the Existence of a Bandwagon Effect in the Opinion Formation Process." *International Political Science Review* 14: 203-213.

- Nicholson, Stephen P. 2003. "The Political Environment and Ballot Proposition Awareness." *American Journal of Political Science* 47(3): 403-410.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 2001. *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut*. 6. Auflage. München: Langen Müller.
- Schenk, Michael. 2002. *Medienwirkungsforschung*. 2. Aufl. Tübingen: Mohr.
- Traugott, Michael W. 1992. The impact of media polls in the public. In Thomas E. Mann und Gary R. Orren (Hrsg.): *Media Polls in American Politics*. Washington: Brookings Institution, S. 125-149.
- West, Darrell M. 1991. "Polling Effects in Election Campaigns." *Political Behavior* 13(2): 151-163.
- Zaller, John und Stanley Feldman. 1992. "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions versus Revealing Preferences." *American Journal of Political Science* 36(3): 579-616.
- Zaller, John. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press.