

## INFO 01.02. – PSYCHOLOGISCHE EFFEKTE VON WAHLUMFRAGEN HINWEISE FÜR LEHRKRÄFTE ZU M 01.02.01 UND M 01.02.02

Unten finden Sie zwei Erklärungsansätze zu den Fallbeispielen als Lösungsvorschläge (Aufgabe 5 in M 01.03).

Es wird empfohlen, den Lernenden deutlich zu machen, dass es sich bei allen Erklärungsansätzen wirklich nur um Hypothesen handelt. Die psychologischen Effekte von Wahlumfragen auf das tatsächliche Wahlverhalten sind nicht eindeutig messbar.



### ZWEI FALLBEISPIELE

#### Beispiel A:

Die große Partei A koalierte in der Vergangenheit gerne mit der etwas kleineren Partei B. Bei einer vergangenen Bundestagswahl sah es eng aus für die Partei B. In Umfragen schwankte sie immer um die 5%-Hürde. Noch sehr spät vor dem Wahltag wurden Umfragen erstellt, publiziert und mit vorherigen Ergebnissen verglichen. Ein Umfrageinstitut prognostizierte am Mittwoch der Partei B ein Ergebnis von 5,5 %, während eine Wahlumfrage eines anderen Umfrageinstituts am Wahlsonntag selbst sogar 6% vorhersagte.

Das tatsächliche Ergebnis der Partei B am Wahlabend lag dann jedoch bei 4,8 Prozent, sie konnte nicht mehr in den Bundestag einziehen.

#### Mögliche Erklärung:

Die Wähler\*innen der Partei A dachten, die Partei B schaffe den Einzug in den Bundestag auf jeden Fall und es bestehe kein Bedarf an Leihstimmen. Es handelt sich um einen Gegeneffekt zur *coalition insurance*.

Gegebenenfalls kann auch noch ein Bezug zu der Lethargie-Hypothese aus Infotext A hergestellt werden.

#### Beispiel B:

Die große Partei A koalierte in der Vergangenheit gerne mit der etwas kleineren Partei B. Bei einer vergangenen Landtagswahl in Niedersachsen sah es eng aus für die Partei B. In den Umfragen kurz vor der Wahl schwankte sie zwischen 4 und 5 Prozent.

Das tatsächliche Ergebnis der Partei B am Wahlabend lag dann jedoch bei 9.9 Prozent, der Einzug in den Landtag war kein Problem.

#### Mögliche Erklärung:

Anhänger\*innen der Partei A liehen der Partei B Stimmen, damit diese über die Sperrklausel kam und als Koalitionspartner eine A-B-Regierung ermöglichen konnte. Es handelt sich um den Effekt der *coalition insurance* bzw. Leihstimmen-Hypothese.

Gegebenenfalls kann auch mit Underdog-Hypothese argumentiert werden.