

Zeitschrift:	Horizonte : Schweizer Forschungsmagazin
Herausgeber:	Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung
Band:	32 [i.e. 31] (2019)
Heft:	122: Frische Blicke auf die Schule : wie wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis vordringen
 Artikel:	Bitte hier klicken!
Autor:	Keller, Benjamin
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-866289

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



WAHLPROGNOSEN

Bitte hier klicken!

Befragungen werden zunehmend online statt per Telefon durchgeführt. Funktioniert das wirklich?

Text: Benjamin Keller
Infografik: CANA atelier graphique

SO FUNKTIONIERT EINE ONLINE-BEFRAKUNG



Ein Medienunternehmen gibt bei einem Meinungsforschungsinstitut vor den eidgenössischen Wahlen eine Umfrage in Auftrag. Dieses veröffentlicht einen Fragebogen auf den Websites des Mediums. Das ist die einzige **Datenquelle** der Umfrage.

Manche Forschende prüfen andere potenzielle **Quellen**, insbesondere die sozialen Medien. Pablo Barberà, Politologe von der London School of Economics, hat gezeigt, dass man die ideologische Positionierung der User

von Twitter bestimmen kann, indem man analysiert, welchen Konten sie folgen. Doch für eine Wahlprognose muss man auch wissen, ob sie diese tatsächlich wählen. Dafür braucht es eine Befragung.

Die Umfragekönige

Leewas

Die von den Politologen Lucas Leemann und Fabio Wasserfallen in Zürich gegründete Leewas führt seit 2014 im Auftrag der Tamedia-Gruppe Online-Befragungen für die eidgenössischen Abstimmungen und künftig auch für die Wahlen durch. Diese Infografik basiert auf ihrer Methodologie.

Sotomo

Die 2007 in Zürich vom Geografen Michael Hermann gegründete Sotomo kümmert sich anlässlich der eidgenössischen Wahlen 2019 erstmals um die Wahlbarometer der SRG, mit Online-Befragungen. Zuvor wurden die Erhebungen von GFS Bern per Telefon durchgeführt.

GFS Bern

Die 1959 gegründete Gesellschaft für Sozialforschung führt die Befragungen vor Volksabstimmungen für die SRG durch, sowohl per Telefon als auch online. Am Tag der eidgenössischen Wahlen erstellt sie auf Basis der Ergebnisse von 300–400 Gemeinden (etwa jede sechste Schweizer Gemeinde) auch Hochrechnungen.



Beat Amstutz liest die Zeitung auf dem Handy, sieht die Befragung und entschliesst sich teilzunehmen. Er macht Angaben zu seiner Person (Geschlecht, Alter usw.) und sagt, für welche **Partei** er stimmen würde – wenn die Wahlen an diesem Tag wären. Eine Datenbank sammelt diese Informationen.



14 000 Antworten wurden innerhalb von zwei Tagen gesammelt. Die Befragung ist beendet, und die **Datenanalyse** beginnt. Eine Hochrechnung auf Basis dieser Stichprobe soll nun die Absichten aller Wählenden bestimmen.



Nach diesen Hochrechnungen stellen die Politologen die Ergebnisse in einem Bericht zusammen, der an die Medien verschickt wird – mit Angabe der **Fehlermarge** von 1,5 Prozent.



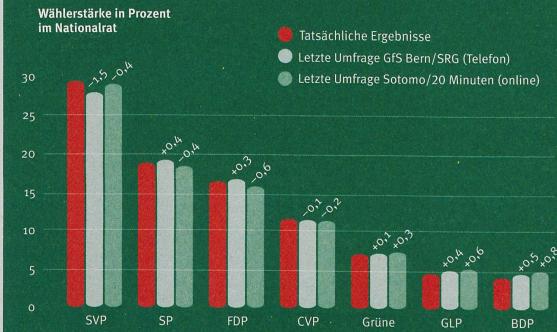
Die Journalistin Anna Müller bereitet einen Artikel über die Befragung vor. Sie ruft die Autoren an, weil sie Fragen zur Verlässlichkeit der Umfrage hat: Stellt die Tatsache, dass nur Personen teilgenommen haben, die Medien online lesen, nicht eine **Verzerrung** dar?



Die Medien publizieren die Umfrageergebnisse, zusammen mit Reaktionen der Parteien und mit politischen Analysen. Beat Amstutz sieht, dass die Partei, die er wählen will, gemäss den Prognosen 1,5 Prozentpunkte verlieren wird. Dies hat keinen **Einfluss** auf seine Wahlabsicht.

Es wurde mit vielen Studien untersucht, ob Umfrageergebnisse die Wahlen **beeinflussen**. Alle kommen zum Schluss, dass diese Effekte vernachlässigbar sind. Im schlimmsten Fall heben sie sich gegenseitig auf: Manche Personen werden in die eine und andere in die andere Richtung beeinflusst. Sowohl Urs Bieri von GFS Bern als auch Luca Leemann von Leewas können die Schlussfolgerungen dieser Forschungsarbeiten bestätigen.

Genauigkeit der Wahlprognosen bei den eidgenössischen Wahlen 2015



Quellen: BFS, GFS Bern, 20 Minuten