Versagte die Demoskopie im Bundestagswahlkampf 2005?

Sonja Glaab

„Weicht eine Wahlprognose auch nur minimal vom Wahlergebnis ab, kann man voraussagen, dass am Tag darauf die Schlagzeilen lauten: ‚Niederlage der Meinungsforscher, totales Versagen, sie sind die eigentlichen Verlierer der Wahl.‘“ (Noelle-Neumann, Petersen 2005: 23). Auch nach der Bundestagswahl 2005 titelten viele Medien: „Debakel der Demoskopen“ (welt.de, 20.09.2005), „Wertlose Demoskopie“ (spiegel.de, 19.09.2005) oder „Deutschlands Wahlforscher als Verlierer“ (nzz.ch, 21.09.2005). Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, die Debatte um die Demoskopie, die nach, aber auch bereits vor der Bundestagswahl 2005 in der Öffentlichkeit aufkam, anhand der Medienberichterstattung nachzuzeichnen und aufzuzeigen, inwiefern tatsächlich von einem Versagen der Demoskopie gesprochen werden kann.

1. Stichwort Demoskopie

„Welche Partei würden Sie wählen, wenn am kommenden Sonntag Bundestagswahl wäre?“ Mit Fragen wie mit dieser so genannten Sonntagsfrage ermitteln Wahlforschungsinstitute, wie populär Politiker, Parteien oder politische Inhalte bei den Bürgern sind. Die Ergebnisse sind stets Stimmungsbilder, die in der Bevölkerung zum Zeitpunkt der Umfrage existierten. Ist dieser Zeitpunkt unmittelbar vor einer Wahl, wird davon ausgegangen, dass die Ergebnisse der Umfrage dem tatsächlichen Wahlergebnis relativ nahe kommen.

Interviewt wird – in der Regel telefonisch – ein repräsentativer Querschnitt der wahlberechtigten Bevölkerung. Eine Befragung aller Wahlberechtigten würde einen sehr hohen Zeit- und Kostenaufwand bedeuten und ist nicht notwendig, da auf Grund statistischer Gesetzmäßigkeiten auch anhand von repräsentativen Stichproben gültige Aussagen über die Grundgesamtheit der Wähler getroffen werden können. Allerdings ist dieser Rückschluss nur mit einer gewissen Unschärfe, der statistischen Fehlertoleranz, möglich (vgl. Noelle-Neumann, Petersen 2005).

2. Kritik an der Demoskopie im Bundestagswahlkampf 2005

„Umfragehysterie“

Wahlumfragen haben in den letzten 25 Jahren zugenommen – ebenso wie die Berichterstattung darüber. Im Bundestagswahlkampf 2005 wurden Umfrageergebnisse so häufig wie nie zuvor in den Medien präsentiert (vgl. Brettschneider 2005). Diese Entwicklung wurde in der Öffentlichkeit oft kritisch bewertet. Heribert Prantl beispielsweise sprach von „Umfrageritis“ und „Umfragehysterie“ (vgl. Prantl, *sueddeutsche.de*, 15.09.2005). „Am Ende dreht sich die politische Öffentlichkeit, die so entsteht, sinnlos im Kreis: Auf der Jagd nach einer immer flüchtigeren Stimmung produzieren die Institute immer mehr Daten, die einen immer größeren Raum in den Medien einnehmen und dabei immer weniger Aussagekraft haben“ (*zeit.de*, 11.08.2005).

Manipulation der Wähler?

„Die Demoskopien spiegeln nicht mehr nur die Stimmungslage, sie sind selber Teil der Politik geworden und Motor auf dem Weg zur Kurzfristigkeit. Der Wähler entnimmt den Umfragen, dass eine große Koalition wahrscheinlicher wird – und wandert mal eben von der Union zur FDP“ (*sueddeutsche.de*, 20.9.2005). Befürchtungen wie diese wurden schon seit Beginn der Umfrageforschung immer wieder geäußert. Allerdings liegen bislang keine eindeutigen, empirisch fundierten Ergebnisse vor, die den Einfluss von Umfragen auf Wahlbeteiligung und Wahlentscheidung be- bzw. widerlegen (vgl. Gallus 2002).

Im Hinblick auf den Effekt der Umfragen auf die Wahlbeteiligung geht die Forschung von folgenden Zusammenhängen aus: Weisen die Demoskopien auf ein Kopf-an-Kopf-Rennen der Parteien hin, werden die Wahlberechtigten zur Teilnahme an der Wahl angespornt, da ihre Stimme ausschlaggebend sein könnte. Deuten die Umfrageergebnisse dagegen darauf hin, dass der Wahlausgang bereits feststeht, gehen weniger Bürger zu den Wahlurnen.

In Bezug auf die Wahlentscheidung werden insbesondere folgende Effekte vermutet: Erstens wählen Menschen aus psychologischen Gründen bevorzugt die Partei, die in den Umfragen zum Sieger erklärt wurde (Schweigespurale oder Bandwagoneffekt). Zweitens votieren Wähler nur dann für eine Partei, wenn aus den Umfragen ersichtlich wird, dass sie eine Chance hat, über die Fünf-Prozent-Hürde zu kommen (Fallbeileffekt) und drittens wählen Bürger mit Hilfe der Umfrageergebnisse taktisch (Koalitionswählen) (vgl. Brettschneider 2000: 491-497).

Zur Bundestagswahl 2005 liegt bereits eine Studie vor, die zeigt, dass die meisten Wähler Umfrageergebnisse zwar wahrnehmen, aber kaum von ihnen beeinflusst werden. Lediglich die an Politik besonders Interessierten nutzen Umfragen als Informationsgrundlage, um taktisch zu wählen (vgl. Brettschneider 2005).

Methodische Schwächen bzw. Probleme

Die bisher genannten Kritikpunkte und Befürchtungen wurden auch nach der Wahl in den Medien thematisiert, dominierend war dann aber die Suche nach den Gründen für die „bisher größte Schlappe der Meinungsforscher bei einer Bundestagswahl“ (welt.de, 20.09.2005). Vielfach wurde auf methodische Schwächen der Demoskopie hingewiesen, die sich auf deren Ergebnisse ausgewirkt hätten. Aus den Anmerkungen der Journalisten geht jedoch hervor, dass die Prinzipien der Demoskopie, z.B. die Notwendigkeit von Zufallsstichproben für bestimmte statistische Verfahren, zum Teil nicht verstanden wurden.

Im Zusammenhang mit methodischen Mängeln wurde häufig ein umstrittenes Hilfsmittel der Demoskopie angesprochen: die Gewichtung. Die Umfragedaten werden nicht einfach publiziert, sondern zuvor „auf ihre wahre Aussage abgeklopft“ (wams.de, 07.08.2005) und entsprechend gewichtet. Dieses Verfahren ist notwendig, wenn man sich die Probleme verdeutlicht, denen sich die Meinungsforscher gegenübersehen: Um den Wahlausgang korrekt prognostizieren zu können, ist die Demoskopie beispielsweise darauf angewiesen, dass möglichst alle Befragten einer Stichprobe an der Umfrage teilnehmen. Verweigern Befragte ihre Mitwirkung oder sind nicht erreichbar, ist die Stichprobe verzerrt und die Ergebnisse sind fehleranfällig. Weitere Probleme der Demoskopien ergeben sich z.B. aus der Neigung von Befragten, Meinungen, denen die Öffentlichkeit eher ablehnend gegenüber steht, im Interview nicht zuzugeben, oder aus dem Fall, dass die Befragten zum Zeitpunkt des Interviews angeben, sich noch nicht für eine Partei entschieden zu haben. Mit Hilfe bestimmter Verfahren wird dann ermittelt, welche Partei die Befragten wahrscheinlich wählen werden (vgl. Noelle-Neumann, Petersen 2005: 290-296). Wie diese Faktoren allerdings genau gewichtet werden „bleibt geheim – was Spekulationen begünstigt“ (wams.de, 07.08.2005).

Am Vorgehen der deutschen Meinungsforscher im Rahmen der Bundestagswahl 2005 äußerten auch Forschungsinstitute Kritik: „Nach dem Debakel der Demoskopien am Sonntag stellt das weltweit größte Umfrageunternehmen Gallup inzwischen die Qualität der deutschen Meinungsforschungs-Institute in Frage. Der Geschäftsführer der Niederlassung von Gallup in Deutschland, Gerald Wood, erklärte, dass „möglicherweise nicht alle Aspekte der Repräsentativität befolgt worden seien“ (spiegel.de, 20.09.2005). Elisabeth Noelle-Neumann (Allensbach) dagegen schließt methodische Schwächen weitgehend aus: „Die Überprüfung möglicher Fehlerquellen wird noch einige Zeit in Anspruch nehmen, doch aus jetziger Sicht erscheint diese Erklärung unwahrscheinlich. Wenn die Allensbacher Wahlprognose tatsächlich auf handwerklichen Fehlern beruhte, warum waren dann andere Umfrageinstitute mit teilweise anderen Stichprobenmethoden, anderen Fragebogen und anderen Analyseverfahren alles in allem zu den gleichen Ergebnissen gekommen? Und warum waren dann die am Wahlabend um 18 Uhr veröffentlichten Nachwahlbefragungen im Rahmen der statistischen Möglichkeiten korrekt?“ (Noelle-Neumann, faz.net, 21.09.2005)

Die „Schuld“ des Wählers

Noelle-Neumann verweist auf ein ihrer Ansicht nach schwerer wiegendes Problem, das die Diskrepanz zwischen Demoskopie und Wahlergebnis erklären kann: Die Befragten stimmten in der Wahlkabine nicht für die Partei, für die sie sich in den Umfragen ausgesprochen hatten. Für dieses bereits im Zusammenhang mit der Gewichtung angedeutete Problem gibt es folgende Erklärungsmöglichkeiten: Nachdem die Umfragedaten in der letzten Woche vor der Wahl keinen sicheren Sieger vorhergesagt hatten, könnten einige Wähler strategisch gewählt haben. Eine andere Erklärung wäre, dass sich ihre Einstellungen und Meinungen kurzfristig verändert haben. Etwa 30% der Wähler waren sich zum Zeitpunkt der Vorwahlbefragungen noch nicht sicher, ob sie wählen und für welche Partei sie stimmen wollten. Zum Vergleich: Drei Jahre zuvor hatten sich weniger als 20% vor der Bundestagswahl noch nicht für eine Partei entschieden.

Ein weiterer Grund, warum Befragte anders votieren als sie es in den Umfragen angeben, ist die bereits erwähnte menschliche Neigung, in Interviews sozial unerwünscht empfundene Meinungen nicht zu äußern. Auch dieses Argument spielte nach Ansicht der Demoskopen im Wahlkampf 2005 eine Rolle: „Viele Wählerinnen und Wähler von CDU und CSU seien wegen Vorbehalten gegen die Kanzlerkandidatin Merkel nicht wählen gegangen oder hätten ihre Stimme in letzter Minute der FDP gegeben“ (Güllner (Forsa), zit. nach: nzz.de, 21.09.2005). Für die CDU/CSU kann zudem folgendes relevant gewesen sein: „Vor dem Hintergrund der Tatsache, daß die Bevölkerung bei Umfragen zwar regelmäßig abstrakt formulierten Forderungen nach Reformen zustimmt, doch nahezu jeden konkret formulierten Reformvorschlag mehrheitlich ablehnt, erscheint es wahrscheinlich, daß viele potentielle CDU-Wähler angesichts solcher Aussichten im letzten Moment der Mut verlassen hat“ (Noelle-Neumann, faz.net, 21.09.2005).

Die Argumente der Demoskopen kommentierten die Medien wie folgt: „Jetzt reden sich die Meinungsforscher raus“ (bild.de, 19.09.2005). – „Die führenden Meinungsforschungsinstitute haben ihre blamablen Umfrageergebnisse zur Bundestagswahl auf ein verändertes Wählerverhalten zurückgeführt. Matthias Jung von der Forschungsgruppe Wahlen (ZDF) sagte heute in Berlin, die Bindungen des Wählers an die großen Parteien hätten stark nachgelassen. Die Frage der Koalitionstaktik spiele eine immer größere Rolle. Richard Hilmer (Infratest dimap) nannte als weiteren Grund die Diskrepanz zwischen Partei- und Kandidatenpräferenz“ (spiegel.de, 19. 09. 2005). Von der politikwissenschaftlichen Forschung werden die Argumente der Demoskopen bestätigt. Es wird davon ausgegangen, dass das Wählerverhalten zunehmend unberechenbarer wurde bzw. wird (vgl. u.a. Falter/Schoen 2000).

3. Überraschung am Wahlabend?

Die heftige Kritik an den Prognosen der Demoskopen könnte unter anderem damit zusammen hängen, dass der Ausgang der Wahl für Rezipienten der Vorwahlanalysen überraschend war und/oder dass die Abweichungen zwischen Wahl- und Umfrageergebnissen 2005 besonders groß waren.

Vergleich zwischen Wahl- und Umfrageergebnissen

Tabelle: Gegenüberstellung der letzten Umfragewerte und des amtlichen Endergebnisses der Bundestagswahl am 18.09.2005

Datum	Allensbach	Emnid	Forsa	FGW ¹	GMS ²	Infratest dimap	Wahl- ergebnis
	16.09.05 in %	13.09.05 in %	16.09.05 in %	09.09.05 in %	12.09.05 in %	08.09.05 in %	(05.10.05) in %
CDU/CSU	41,5	42,0	41-43	41	42	41,0	35,2
SPD	32,5	33,5	32-34	34	33	34,0	34,3
GRÜNE	7,0	7,0	6-7	7	8	7,0	8,1
FDP	8,0	6,5	7-8	7	7	6,5	9,8
Die Linke.	8,5	8,0	7-8	8	7	8,5	8,7
PDS							
Sonstige	2,5	3,0	k. A.	3	3	3,0	3,9

1 FGW = Forschungsgruppe Wahlen

2 GMS = Hamburger Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung

Während die Prognosen für SPD, Grüne und Linkspartei aus Sicht der Demoskopen beinahe „eine Punktlandung“ (Hilmer (Infratest), zit. nach: spiegel.de, 20.09.2005) waren, hatten alle Institute die Ergebnisse der Unionsparteien um 5,8 bis 6,8 Prozentpunkte überschätzt. Diese Werte liegen außerhalb der statistischen Fehlertoleranz und sind für die Demoskopen tatsächlich ungewöhnlich: „Seit 1948 sind ungezählte Wahlprognosen in Deutschland wie in den meisten westlichen Ländern veröffentlicht worden. Dabei lag die durchschnittliche Abweichung der Prognosen vom tatsächlichen Wahlergebnis bei zwei bis drei Prozentpunkten“ (Noelle-Neumann, Petersen 2005: 23).

Mit Blick auf die Werte der Unionsparteien sind daher Aussagen wie die folgende durchaus gerechtfertigt: „Das Ergebnis hat die Demoskopen so ratlos gemacht wie die Politiker und Bürger. Solche Abweichungen seien ein ‚Novum in der Wahlgeschichte der Bundesrepublik‘, sagt Renate Köcher vom Institut für Demoskopie Allensbach, Richard Hilmer von Infratest dimap beklagt die ‚zittrige Hand des Wählers‘.“ (sueddeutsche.de, 20.9.2005). Allerdings ist zu bedenken, dass die Werte für die FDP von den Instituten um 1,8 bis 3,3 Prozentpunkte unterschätzt wurden. Betrachtet man CDU/CSU und FDP nicht getrennt von einander, sondern als Koalition, trifft die Aussage Hilmers zu: „Auch mit der Vorhersage für das bürgerliche Lager – CDU und FDP – habe man insgesamt richtig gelegen. Falsch sei nur das Verhältnis der Stimmanteile beider Parteien gewesen.“ Für ihn sind „solche Abweichungen [...] nicht überraschend“ (spiegel.de, 20.09.2005).

Die Berichterstattung vor der Bundestagswahl 2005

Für die Rezipienten der Umfragedaten kann das Ergebnis der Wahl nicht überraschend gewesen sein. Aus den letzten Umfragen vor der Wahl ging – teilweise sehr deutlich – hervor, dass die Mehrheitsverhältnisse zwischen den politischen Lagern nicht mehr derart eindeutig waren wie in den Monaten zuvor. Die Zahlen wurden in den Medien veröffentlicht – oft mit der Betonung der Unsicherheit der Wähler und

den diesbezüglichen Unterschieden zu früheren Wahlen. Dies belegen folgende Beispiele: „Wahlausgang völlig offen. [...] Immer noch viele Unentschlossene. Manche darunter sogar, die vor ein paar Wochen noch Entschlossene waren. Normalerweise sind Wahlkämpfe Zeiten, in denen sich beim Volk nach und nach eine Meinung herausbildet. Diesmal hat sich, so zeigen es die Befragungen, auch viel alte Urteilssicherheit verflüchtigt“ (fr-aktuell.de, 16.09.2005). – „Wenige Tage vor der Bundestagswahl stehen Union und FDP einer neuen Umfrage zufolge weiter ohne Mehrheit da“ (spiegel.de, 12.09.2005). Auf viele Faktoren, die die Wahlforscher nach der Wahl zur Erklärung der Diskrepanz zwischen Wahl- und Umfrageergebnissen anführten und die von den Medien teilweise als Ausreden interpretiert wurden, hatten die Demoskopien bereits vor der Wahl warnend verwiesen.

Nachdem der Ausgang der Wahl also weder eine Überraschung war noch insgesamt gesehen falsch prognostiziert wurde, stellt sich die Frage, warum die Medien nach der Wahl von einem „Debakel“ der Demoskopie sprachen.

4. Wahlforschung und Medien

Obwohl die Medien die Demoskopie gerade in der Vorwahlzeit als Lieferant exklusiver Informationen mit hohem Nachrichtenwert schätzen, stehen sie ihr häufig skeptisch gegenüber. Dies zeigt sich vielfach an der Art und Weise, wie die Demoskopien dargestellt werden, nämlich wahlweise als „Magier, Manipulatoren oder Meinungsforscher“ (wams.de, 07.08.2005). Die kritische Haltung der Medien gegenüber der Demoskopie ist bekannt: „Und natürlich erheben auch die Medien gern Einwände gegen das Tun der Demoskopien. Sporadisch und bevorzugt vor Wahlen kritisieren sie deren Vorgehen oder die Veröffentlichung von Umfragen bis kurz vor eben diesen Wahlen, warnen vor der Gefahr, dass Politiker sich einzig nach den überdies oft falschen Umfragenwerten richten würden – und geben gleichzeitig schon die nächste Umfrage in Auftrag. Renate Köcher, Chefin von Allensbacher, zu dieser Symbiose: ‚Die Medien sind im Bereich der politischen Umfragen die wichtigsten Auftraggeber.‘“ (n-tv, 16.09.2005).

Die mediale Interpretation der Abweichungen zwischen Wahl- und Umfrageergebnissen als Schlappe der Demoskopie wird also zum einen verständlich, wenn man die eher skeptische Grundeinstellung der Medien gegenüber der Wahlforschung sowie die Tatsache berücksichtigt, dass auch die Fehler der Demoskopie einen hohen Nachrichtenwert besitzen. Zum anderen scheinen die Medien die Wahlumfragen – in den Worten von Matthias Jung – „immer unqualifizierter [zu, A.d.V.] konsumieren“ (Jung, zit. nach: zeit.de, 11.08.2005) und dementsprechend darzustellen (vgl. Brettschneider 2000: 484). Dies kann zwei Gründe haben: Erstens fehlt wahrscheinlich vielen Journalisten das statistische und methodische Verständnis für die Demoskopie. Auf entsprechende Hinweise in der Berichterstattung wurde bereits verwiesen (vgl. auch u.a. Donsbach, Weisbach 2005). Zweitens interpretieren vermutlich viele Journalisten die Umfrageergebnisse bewusst in eine bestimmte Richtung. Ihnen geht es weniger um die Darstellung der Umfrageergebnisse, als vielmehr um die Illustrierung ihrer Ansichten durch die Demoskopie. Diese Vermutung wurde bereits vor der Wahl u.a. von Susanne Gaschke in der Zeit ge-

äußert: „Das Gros der Blätter – von *stern* bis *Welt*, von *Bild* bis *FAZ* – tut seit Wochen so, als sei die Sache ausgemacht. »Angela Merkel wird Kanzlerin«, hieß es, ohne relativierenden Zusatz, auch in der *ZEIT*. Der *Spiegel* ging sogar noch einen Schritt weiter und widmete sich schon einmal detailliert den Fehlern, die die neue Amtsinhaberin machen werde. [...] Solch wählervergessene Berichterstattung ist dann in der Tat genau das, was die *Bild*-Zeitung in unfreiwilliger Offenheit über die Konterfeis jener Chefredakteure schrieb, die nach dem TV-Duell in ihrer Mehrheit die CDU-Chefin bejubelten: Meinungsmache von den »Meinungs-Machern«“ (zeit.de, 08.09.2005). Dass Journalisten tatsächlich Umfrageergebnisse ihrer redaktionellen Linie entsprechend auswählen und interpretieren, zeigt eine Studie von Donsbach und Weisbach zur Bundestagswahl 2002 (Donsbach, Weisbach 2005).

6. Fazit

Versagte die Demoskopie im Bundestagswahlkampf 2005? Insbesondere aus Sicht vieler Medien ist diese Frage zu bejahen. Bei genauerer Betrachtung fällt allerdings auf, dass das Wahlergebnis keine Überraschung war und die angeprangerten Fehler der Demoskopen v.a. in einer Verschiebung der Verhältnisse von Unionsparteien und FDP lagen. Offenbar versagte die Demoskopie vielmehr darin, die eigene Vorgehensweise und die eigenen Ergebnisse sowie deren Bedeutung und Aussagekraft in den Medien angemessen und sorgfältig darzustellen bzw. darauf einzuwirken, dass die Medien dies tun. Die Schuld dafür liegt nicht allein bei den Forschungsinstituten. Denn obwohl es ihre Aufgabe ist, ihre Daten für die Öffentlichkeit genau zu dokumentieren, liegt „die Verantwortung dafür, dass die Veröffentlichung der Ergebnisse nicht irreführend wirkt, [...] normalerweise bei der veröffentlichenden Stelle“ (Richtlinie 1997). Dort existieren oft eine kritische Haltung gegenüber der Demoskopie, das Interesse, die Daten so interessant wie möglich aufzumachen, und zudem offenbar teilweise die Intention, mit den Umfrageergebnissen die eigene Sicht zu stützen.

Wie die eingangs zitierte Feststellung aus dem Lehrbuch von Noelle-Neumann und Petersen bereits vermuten ließ, unterschied sich die skizzierte Debatte kaum von früheren Diskussionen um die Demoskopie. Auch 2005 wurden Konsequenzen für Demoskopen und Journalisten gefordert: Die Journalisten sollten mit den Umfragedaten sorgfältiger umgehen – sowohl in der Darstellung als auch in der Interpretation (vgl. Brettschneider 2005). „Die Forschungsinstitute müssen klarer machen, dass sie Momentaufnahmen liefern“ (sueddeutsche.de, 20.9.2005) und ihre Forschung in der Öffentlichkeit besser kommunizieren. Eine weitere Forderung, die in der Öffentlichkeit laut wurde, zielte darauf ab, die Bekanntgabe von Umfrageergebnissen zu regulieren. Dies widerspräche allerdings den Grundrechten aus Artikel 5. Die Meinungsforscher plädierten gegen eine Regulierung und sprachen sich stattdessen für mehr Umfragen aus, nämlich „bis zum letzten Tag, bis zur letzten Stunde“ (Köcher, zit. nach: welt.de, 20.09.2005). Allerdings gibt es diesbezüglich selbst unter den Demoskopen kritische Stimmen: „Dann können Sie noch so nah herangehen, dann müssen Sie schon mit dem Wähler in die Wahlkabine gehen“ (Hilmer, zit. nach: spiegel.de, 20.09.2005).

Literatur in Auswahl

- Brettschneider, Frank (2000): Demoskopie im Wahlkampf – Leitstern oder Irrlicht? In: Klein, Markus, u.a. (Hg.): 50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland. Wiesbaden, S. 477-505.
- Donsbach, Wolfgang; Weisbach, Kerstin (2005): Kampf um das Meinungsklima. In: Noelle-Neumann, Elisabeth; Donsbach, Wolfgang; Kepplinger, Hans Mathias (Hg.): Wählerstim-mungen in der Mediendemokratie. München, S. 104-127.
- Gallus, Alexander (2002): Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfs. „Wirkliche Macht“ oder „Fak-tor ohne politische Bedeutung“? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 15-16, S. 29-36.
- Falter, Jürgen W.; Schoen, Harald (2000): Wahlen und Wählerverhalten. In: Ellwein, Thomas; Holtmann, Everhard (Hg.): 50 Jahre Bundesrepublik Deutschland. Opladen, Wiesbaden, S. 454-470.
- Noelle-Neumann, Elisabeth; Petersen, Thomas (2005): Alle, nicht jeder. Berlin, Heidelberg.
- Brettschneider, Frank (2005): Wahlumfragen: Was Journalisten über sie denken und wie sie auf die Wähler wirken, <http://idw-online.de/pages/de/news127050>, Zugriff: 23.10.2005.
- Richtlinie für die Veröffentlichung von Ergebnissen der Wahlforschung (1997), <http://www.gesis.org/asi/info/wahlforschung.html>, Zugriff: 23.10.2005.