

Die Nationalparkdiskussion in Deutschland – Wie lässt sich mit Umfragen manipulieren?

The dispute about national parks in Germany – How to manipulate with surveys

von Michael Suda und Günter Dobler

Zusammenfassung

Der Beitrag zeigt am Beispiel der Auseinandersetzungen um Nationalparke in Deutschland, wie mit Bevölkerungsumfragen Einfluss auf das Antwortverhalten und das politische Handeln genommen wird. Menschen werden häufig mit Fragen konfrontiert, die Sachverhalte betreffen, mit denen sie sich nicht auseinandergesetzt haben. Bei der Beantwortung orientieren sich die Befragten vor allem an oberflächlichen Hinweisen in der Fragestellung. Es wird dargestellt, wie durch die Art der Fragestellung ein gewünschtes Antwortverhalten erzeugt wird. Die Ergebnisse sind daher zum Großteil ein vom Befragter intendiertes Kunstprodukt. Es besteht die Gefahr, dass der zunehmende Einsatz solcher politisierter Umfragen die Autorität von Wissenschaft und die demokratische Orientierung am Mehrheitswillen untergräbt.

Summary

Using the example of conflicts about national parks in Germany, this article shows how public surveys are used to influence answers and political action. People are frequently faced with questions about concerns they did not grapple with before. Answering these questions, respondents mainly orient themselves by superficial hints given by the questions. In this way, asking specific questions can result in the desired answers. Therefore, the results are mainly an artificial product intended by the questioner. There is the danger that the increasing use of such politicized surveys undermines the authority of science and the democratic orientation towards the will of the majority.

1 Einleitung

Unabhängig von der „wissenschaftlichen“ Qualität durchdringen Bevölkerungsbefragungen die öffentliche Kommunikation. Laut einer Recherche des SPIEGEL gibt die Bundesregierung drei Umfragen pro Woche in Auftrag und orientiert sich an den Ergebnissen der Demoskopien (BECKER & ELMER 2014). Neben diesen Regierungsaufträgen wird eine Vielzahl weiterer Bevölkerungsumfragen durchgeführt und deren Ergebnisse an die Medien und politische Entscheidungsträger herangetragen.

Durch geschickte Fragestellungen können, je nach Interesse der Auftraggeber, gezielt Informationen über

angebliche Bevölkerungsmehrheiten für bestimmte Positionen erzeugt werden, die dann in die politische Auseinandersetzung eingespeist werden. Da derartige Befragungen auch bei renommierten Instituten in Auftrag gegeben werden und repräsentativ sind, wird der Anschein von Wissenschaftlichkeit erzeugt und die Glaubwürdigkeit der erzielten Ergebnisse erhöht (SUDA & SCHAFFNER 2013).

Die politische Einflussnahme durch Umfragen ist ein allgemeines Phänomen, das prinzipiell alle politischen Themen betreffen kann, selbstverständlich auch diejenigen, die Auswirkungen auf das Tätigkeitsgebiet Baumpflege haben. Man könnte auch hier angebliche Bevölkerungsmehrheiten generieren,

Das fin

✓ 30 Fac

- Natu
- Bau
- Bau

✓ Adress

✓ Adress

✓ Gesam
Autore

Das Jahrb
einem. Es
und Wisse
Hier finde
zugleich v

ISBN 978-3-87815-2

um bestimmte Positionen zu stärken. Dieser Beitrag konzentriert sich zwar auf Umfragen im Rahmen von Auseinandersetzungen um die etwaige Etablierung von Nationalparks in der Bundesrepublik Deutschland, speziell in Bayern, aber das hier Vorgebrachte ist übertragbar und auch für ähnliche Fälle lehrreich. In diesem Beitrag soll zunächst geklärt werden, an welchen Stellen im Prozess der politischen Entscheidungsfindung Umfrageergebnisse Wirkung entfalten können. Dazu greifen wir auf die theoretischen Konzepte des „Multiple-Streams-Framework“ von KINGDON (1995) zurück. Unseres Erachtens konkurrieren in einer politischen Auseinandersetzung zwei oder mehr Diskurse um positive Resonanz bei politischen Entscheidern. Diese greifen jeweils bestimmte Phänomene als Probleme heraus und bieten bestimmte kontrollierende oder situationsverbessernde Maßnahmen als Lösung an. KINGDONs Framework trifft Aussagen darüber, wann und weshalb bestimmte Kopplungsvorschläge im politischen System Aufnahme finden.

Danach wird gezeigt, durch welche Kniffe und Methoden in Umfragen Mehrheiten generiert werden können, die solche Problem-Lösungs-Kopplungen stützen. Dazu wird auf die Methodenkenntnisse der empirischen Sozialforschung und deren Standards zurückgegriffen. Bevölkerungsumfragen wenden sich an ein Laienpublikum und konfrontieren dies mit Fragen zu Sachverhalten, denen es im Alltag meist wenig Aufmerksamkeit und Interesse entgegenbringt. Aus diesem Grund wird das Elaboration Likelihood Model von CACIOPPO und PETTY (PETTY & WEGENER 1999) herangezogen, weil es erklärt, warum sich in solchen Situationen die Befragten in ihrem Antwortverhalten eher an „oberflächlichen“ Hinweisen in der Fragestellung orientieren und sie damit umso beeinflussbarer durch deren Formulierung sind.

Abschließend betrachten wir die Auswirkungen der zunehmend eingesetzten politisch motivierten Umfragen auf die Felder Politik, Journalismus, Öffentlichkeit und Wissenschaft. Wir schlagen vor, politisierte Umfragetexte als Dokumente zu lesen, die vor allem Aufschluss über deren Autoren und die durch sie vertretenen Diskurse geben und weniger die Ansichten der befragten Bevölkerungsausschnitte repräsentieren.

2 Umfragen als Mittel politischer Einflussnahme

Umfragen gelten normalerweise als ein Instrument, das dem Gewinn von Erkenntnis dienlich ist. Die durch ihren Einsatz ermittelten Erkenntnisse werden jedoch auch in politischen Auseinandersetzungen zur Stützung bestimmter Anliegen genutzt. Der Charakter wandelt sich dadurch vom Erkenntnisinstrument hin zum politischen Instrument. In der Auseinandersetzung verwickelt die Versuchung groß, die Umfragen vornehmlich zu gestalten, dass Ergebnisse generiert werden, die ihr jeweiliges Anliegen förderlich sind.

Spätestens wenn die Gegenseite auf diese Weise passende Umfrageergebnisse generiert, fühlt man sich „gezwungen“ nachzufragen. In ähnlichen Mitteln ein Gegengewicht zu generieren. Was die Umfragen zeigen, ist solch eine zweckentfremdete Nutzung des Wissenschaftsinstruments „Umfrage“ verbreitet. An welchen Stellen im Entscheidungsfindungsprozess können Umfrageergebnisse Einfluss nehmen?

2.1 Das Multiple-Streams-Framework

In den Diskussionen um „Nationalpark“ geht es wie bei allen Konflikten über politische Handlungsmuster um das Kontrastieren von negativ und positiv bewerteten Zuständen. Die negative Seite in der Auseinandersetzung mit dem gegenwärtigen Zustand wird als negativ bewertet und als Problem dargestellt. Solche Probleme werden vorgeschlagen, die einen zukünftigen Zustand herstellen sollen, also die Lösung des Problems. Oder aber der gegenwärtige Zustand positiv angesehen und eine drohende Gefahr soll abgewehrt werden. Die Lösung ist damit das Problem und der Zustand, quo die Lösung.

Die um die Akzeptanz von relevanten politischen Entscheidern, Journalisten, Politikern (Bürger, Bevölkerung) konkurrierenden Diskurse

um bestimmte Positionen zu stärken. Dieser Beitrag konzentriert sich zwar auf Umfragen im Rahmen von Auseinandersetzungen um die etwaige Etablierung von Nationalparks in der Bundesrepublik Deutschland, speziell in Bayern, aber das hier Vorgebrachte ist übertragbar und auch für ähnliche Fälle lehrreich. In diesem Beitrag soll zunächst geklärt werden, an welchen Stellen im Prozess der politischen Entscheidungsfindung Umfrageergebnisse Wirkung entfalten können. Dazu greifen wir auf die theoretischen Konzepte des „Multiple-Streams-Framework“ von KINGDON (1995) zurück. Unseres Erachtens konkurrieren in einer politischen Auseinandersetzung zwei oder mehr Diskurse um positive Resonanz bei politischen Entscheidern. Diese greifen jeweils bestimmte Phänomene als Probleme heraus und bieten bestimmte kontrollierende oder situationsverbessernde Maßnahmen als Lösung an. KINGDONs Framework trifft Aussagen darüber, wann und weshalb bestimmte Kopplungsvorschläge im politischen System Aufnahme finden.

Danach wird gezeigt, durch welche Kniffe und Methoden in Umfragen Mehrheiten generiert werden können, die solche Problem-Lösungs-Kopplungen stützen. Dazu wird auf die Methodenkenntnisse der empirischen Sozialforschung und deren Standards zurückgegriffen. Bevölkerungsumfragen wenden sich an ein Laienpublikum und konfrontieren dies mit Fragen zu Sachverhalten, denen es im Alltag meist wenig Aufmerksamkeit und Interesse entgegenbringt. Aus diesem Grund wird das Elaboration Likelihood Model von CACIOPPO und PETTY (PETTY & WEGENER 1999) herangezogen, weil es erklärt, warum sich in solchen Situationen die Befragten in ihrem Antwortverhalten eher an „oberflächlichen“ Hinweisen in der Fragestellung orientieren und sie damit umso beeinflussbarer durch deren Formulierung sind.

Abschließend betrachten wir die Auswirkungen der zunehmend eingesetzten politisch motivierten Umfragen auf die Felder Politik, Journalismus, Öffentlichkeit und Wissenschaft. Wir schlagen vor, politisierte Umfragetexte als Dokumente zu lesen, die vor allem Aufschluss über deren Autoren und die durch sie vertretenen Diskurse geben und weniger die Ansichten der befragten Bevölkerungsausschnitte repräsentieren.

2 Umfragen als Mittel politischer Einflussnahme

Umfragen gelten normalerweise als ein Forschungsinstrument, das dem Gewinn von Erkenntnissen dient. Die durch ihren Einsatz ermittelten Ergebnisse werden jedoch auch in politischen Auseinandersetzungen zur Stützung bestimmter Anliegen verwendet. Ihr Charakter wandelt sich dadurch vom Wissenschaftsinstrument hin zum politischen Instrument. Für die in die Auseinandersetzung verwickelten Parteien ist die Versuchung groß, die Umfragen von vornherein so zu gestalten, dass Ergebnisse generiert werden, die für ihr jeweiliges Anliegen förderlich sind.

Spätestens wenn die Gegenseite auf manipulative Weise passende Umfrageergebnisse geschaffen hat, fühlt man sich „gezwungen“ nachzuziehen und mit ähnlichen Mitteln ein Gegengewicht durch eigene Umfrageergebnisse zu generieren. Wie unsere Studien zeigen, ist solch eine zweckentfremdende Verwendung des Wissenschaftsinstruments „Umfrage“ durchaus verbreitet. An welchen Stellen im politischen Entscheidungsfindungsprozess können aber Umfrageergebnisse Einfluss nehmen?

2.1 Das Multiple-Streams-Framework

In den Diskussionen um „Nationalpark: Ja oder Nein“ geht es wie bei allen Konflikten über das richtige politische Handeln um das Kontrastieren von als negativ und positiv bewerteten Zuständen. Die von der jeweiligen Seite in der Auseinandersetzung vorgebrachten Diskurse haben daher folgende Grundstruktur: Ein gegenwärtiger Zustand wird als negativ gekennzeichnet und als Problem dargestellt sowie Handlungen vorgeschlagen, die einen zukünftigen positiven Zustand herstellen sollen, also die Lösung für das Problem. Oder aber der gegenwärtige Zustand wird als positiv angesehen und eine drohende Verschlechterung soll abgewehrt werden. Die drohende Veränderung ist damit das Problem und der Erhalt des Status quo die Lösung.

Die um die Akzeptanz von relevanten Rezipienten (politische Entscheider, Journalisten, politisch aktive Bevölkerung) konkurrierenden Diskurse unterscheiden

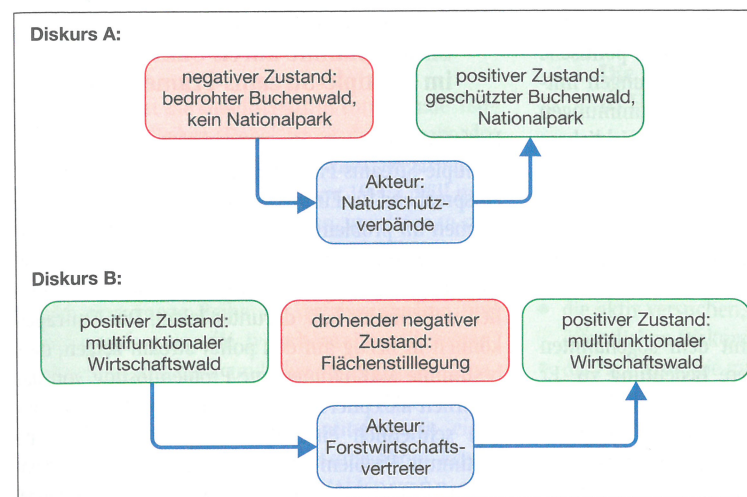


Abbildung 1: Die in einer politischen Auseinandersetzung miteinander konkurrierenden Diskurse beinhalten jeweils eine spezifische Kopplung von Problem und Lösung. Es geht darum, eine postulierte positive Zustandsänderung herbeizuführen oder eine als negativ deklarierte zu verhindern

sich untereinander in den Inhalten der als negativ oder positiv deklarierten Zustände. Sie kombinieren also bestimmte Probleminhalte mit bestimmten Lösungsmaßnahmen, widersprechen dabei aber anderen Diskursen in der politischen Auseinandersetzung zum gleichen Thema. Abbildung 1 zeigt das schematisch für das Anliegen von Naturschutzverbänden, wie z. B. Greenpeace in der Kampagne „Schützt die alten Buchenwälder“ (DOBLER et al. 2014), bezüglich der Unterschutzstellung von entsprechenden Waldflächen (Diskurs A) und den Gegendiskurs von Forstwirtschaftsakteuren (Diskurs B), welche den Status quo multifunktionaler Waldbewirtschaftung vor der Bedrohung „Flächenstilllegung“ bewahren wollen.

Das Multiple-Streams-Framework nach KINGDON (1995) thematisiert die spezifische Kopplung von Problemdefinitionen und möglichen Maßnahmen zu deren Lösung und trifft Aussagen dazu, wann welche Kopplung von politischen Entscheidern favorisiert wird. Das Framework zeigt Stellen auf, an denen Umfrageergebnisse Einfluss entfalten können.

Dem Multiple-Streams-Framework liegen drei zentrale Annahmen zugrunde (GELLNER & HAMMER 2010):

- Politische Systeme verfügen nur über begrenzte Aufnahmekapazitäten und können aufgrund der begrenzten Ressourcen immer nur Teile bzw. eine Auswahl der aufgeworfenen Probleme bearbeiten. Politische Themen durchlaufen Phasen un-

terschiedlicher Aufmerksamkeit, ein großer Teil bleibt unbearbeitet, weil es nicht gelingt, diese auf die politische Agenda zu bringen und das politische System zu einer Bearbeitung zu bewegen.

- Entscheidungen werden unter Zeitdruck getroffen. Die Öffentlichkeit erwartet eine schnelle Entscheidung für ein aktuell als dringlich wahrgenommenes Problem. Die politischen Entscheider haben Gelegenheit, ihre Kompetenz und Entschlusskraft unter Beweis zu stellen.
- Es gibt drei Ströme (problem stream, policy stream, politics stream) im politischen System, die unabhängig voneinander dahinfließen. Der **problem stream** beinhaltet eine Vielzahl von Anliegen, Forderungen und Bedürfnissen, die über Thematisierungsprozesse verdeutlicht werden. Im **policy stream** befinden sich politische Maßnahmen oder auch Instrumente (rechtliche, finanzielle, strukturelle, informationelle), die zur Lösung aufgeworfener Probleme herangezogen werden können. Der **politics stream** speist sich im Wesentlichen aus zwei Energiequellen – dem öffentlichen Meinungsklima und den Leitideen der Regierungsparteien. Hier werden die maßgeblichen politischen Entscheidungen generiert. Problemlagen und Maßnahmen, die in der öffentlichen Meinung weitgehend akzeptiert werden und Leitideen der Regierungsparteien entsprechen, kommen eher auf die politische Agenda und werden vor anderen bearbeitet und entschieden.

Im Gegensatz zur Vorstellung, dass Politik ein rationaler Problemlösungsprozess sei, bei dem politische Akteure mit klaren Zielen und Überzeugungen mitwirken und über Verhandlungen oder Abstimmungen strukturierte Entscheidungsprozesse verwirklichen, geht KINGDON davon aus, dass immer wieder neue Kombinationen aus strukturellen, kognitiven und affektiven Faktoren dafür verantwortlich sind, ob die Zeit für eine politische Auseinandersetzung gekommen ist (GELLNER & HAMMER 2010).

Im Modell von KINGDON kommt dem sogenannten „policy entrepreneur“ besondere Bedeutung zu. Er ist es, dem es gelingt, die drei Ströme auf eine spezifische Weise miteinander zu verbinden. Aufgrund verschiedenster Anlässe, evtl. auch herbeigeführt durch die entrepreneur selbst, kann plötzlich ein Gelegenheitsfenster (policy window) entstehen, d. h. eine Problemlage wird Teil der aktuellen politischen Agenda (KINGDON 1995). Das kann z. B. durch einen Regierungswechsel angestoßen werden, bei dem eine Partei mit Leitlinien an die Macht kommt, für die die Einrichtung eines Nationalparks ein attraktives Vorhaben darstellt. Es kann aber auch ein Tsunami bei Fukushima sein, der ein Fenster für einen abrupten Atomausstieg in Deutschland öffnet. Das Fenster bietet bestimmten policy entrepreneurs eine hervorragende Gelegenheit ihre Problem-Lösungs-Konstellation vorwärts zu bringen bzw. ruft die Gegenkräfte auf den Plan, jetzt besonders aktiv zu werden. Im policy window entsteht eine Verknüpfung der drei sonst weitgehend unverbundenen Ströme.

Wenn sich in dieser Modellvorstellung die Ströme überlappen, so werden aufgrund des Zeitdrucks solche Lösungen umgesetzt, die sich bereits im policy stream befinden und in der Vergangenheit bewährt haben. Damit geht oft eine Reduktion komplexer Sachverhalte einher, was aber die Entscheidung der Politik für ein Element des policy streams erleichtert. Fehlen diese Instrumente, kann das politische System seine Handlungsfähigkeit auch dadurch zeigen, dass z. B. Ausschüsse, Beratergremien, Arbeitskreise oder Beiräte gegründet oder Forschungsprojekte finanziert werden. Die Arbeitsergebnisse dieser Institutionen oder der wissenschaftlichen Auseinandersetzung führen jedoch nicht zwangsläufig zu einer Wiederaufnahme des Problemfeldes auf die politische Agenda.

2.2 Ansatzpunkte für politische Einflussnahme durch Umfragen im Multiple-Streams-Framework

Umfragen können an verschiedenen Stellen des Multiple-Streams-Framework Wirkung entfalten und entsprechend für Einflussnahmen genutzt werden. Sie können im problem stream den Fokus auf bestimmte Probleme oder Bedürfnisse lenken, indem gezeigt wird, dass die Bevölkerungsmehrheit diese als dringlich wahrnimmt bzw. darunter leidet. Die Umfragen können in Bezug auf den policy stream zeigen, dass bestimmte Maßnahmen zur Problemlösung von der Mehrheit akzeptiert oder abgelehnt werden. Sie können schließlich eine Mehrheitspräferenz für eine bestimmte Problem-Lösungs-Kopplung präsentieren. Genau dies ist das Anliegen der policy entrepreneur, bestimmte Maßnahmen für spezifische Phänomene über politische Entscheidungen zu implementieren. Für die politischen Entscheider, die unter Zeitdruck handeln müssen, generieren Umfragen wichtige Hinweise, welche Problemlösung ohne größere Widerstände schnell umgesetzt werden könnte.

Umfrageergebnisse haben einen Neuigkeitswert (Nachrichtenfaktor) und sind daher für die Medien attraktiv. Medien fungieren als Spiegel der öffentlichen Meinung (im Sinne von veröffentlichter Meinung) und damit als Indikator für das bestehende Meinungsklima bzw. suggerieren das Vorhandensein eines bestimmten Meinungsklimas. Das Meinungsklima ist eine wichtige Größe im politics stream.

2.3 Umfragen als Legitimationsfaktor

Die Umfrageergebnisse legitimieren bestimmte Problem-Lösungs-Kombinationen. Es wird versucht, den Nachweis zu führen, dass eine Mehrheit in der Bevölkerung das vertretene Anliegen teilt. Und dass dies tatsächlich so ist, wird durch die Fiktion unterstrichen, dass Umfragen ein Instrument der Wissenschaft darstellen. Es handelt sich also in den Augen der unkritischen Betrachter um einen wissenschaftlich bestätigten Mehrheitswillen.

2.3.1 Legitimation durch den Wissenschaftscharakter von Umfragen

Laut LUHMANN ist die Gesellschaft in funktionale Teilsysteme untergliedert. Dabei ist es die Aufgabe des funktionalen Teilsystems Wissenschaft festzustellen, was als wahr zu gelten hat (LUHMANN 1992). Will man objektives und abgesichertes Wissen, wendet man sich an die Wissenschaft.

Es gibt eine ganze Reihe an Verfahrensweisen und Darstellungsformen, die typischerweise mit wissenschaftlichem Handeln und dessen Ergebnispräsentation einhergehen. Dazu gehört u. a., dass Wissenschaftler Doktor- oder Professorentitel tragen, einer Universität oder Forschungsanstalt angehören, Ergebnisse in Form von Tabellen voller Zahlen und u. a. in Balken- oder Tortendiagrammen präsentieren.

Auch die durchgeführten Umfragen und Ergebnispräsentationen weisen sich durch eine große Anzahl an Merkmalen als wissenschaftliche Arbeiten aus:

- Die Umfrage selbst ist ein bekanntes typisches wissenschaftliches Erhebungsinstrument.
- Die Umfragen wurden von bekannten und renommierten Umfrageinstituten durchgeführt, deren Name den Anschein von wissenschaftlicher Qualität vermittelt.
- Über eine hohe Zahl befragter Personen sowie eine als aussagekräftig deklarierte Auswahl der Befragungsgruppe (z. B. Nationalparkregion, allerdings mit unterschiedlicher Einbeziehung benachbarter Städte) werden Indizien für Repräsentativität geschaffen.
- Ergebnisse werden mit typischen wissenschaftlichen Visualisierungsweisen präsentiert. Tortendiagramme oder Tabellen dienen als weit verbreitete Visiotype (PÖRSEN 1997) der Wissenschaftlichkeit dazu, den damit verbundenen Anspruch an Objektivität und Sachlichkeit zu symbolisieren.

Durch die verwendete wissenschaftliche Präsentation wird die Glaubwürdigkeit der gewonnenen Erkenntnisse unterstrichen. Die Verwendung der wissenschaftlichen Zeichen- und Formensprache suggeriert „Wahrheit“ und „Objektivität“.

2.3.2 Legitimation durch das Demokratieverständnis: Die Instrumentalisierung der in Umfragen generierten Mehrheit

Natürlich gibt es Menschen, die sich eine Meinung zum Konflikt über die Etablierung eines Nationalparks gebildet haben. Dabei handelt es sich z. B. um diejenigen,

- die aktiv versuchen, ihr Überzeugungsanliegen im öffentlichen Diskurs zu platzieren,
- die Fachleute, die mit den Gegenständen der Auseinandersetzung vertraut sind und
- die Betroffenen, z. B. die Bevölkerung, die in der für einen Nationalpark vorgesehenen Region leben und daher den Konflikt genau verfolgen und aus ihrer Betroffenheit heraus eine Position im Konflikt einnehmen.

Für den Rest der Bevölkerung, die große Mehrheit also, kann nicht davon ausgegangen werden, dass sie sich eine fundierte Meinung gebildet hat. Oft stellt der Moment der Fragestellung auch die erste Berührung mit dem Thema dar.

Nationalparke werden im ländlichen Raum geplant, abseits der Städte, in denen die Bevölkerungsmehrheit wohnt. Diese hängt vor allem urban geprägten Naturvorstellungen an, die eher einen romantisierenden Charakter haben und in denen wirtschaftliche Naturnutzungen kaum vorkommen. Außerdem sind die Menschen in den Städten von der Errichtung eines Nationalparks weder positiv noch negativ betroffen. Die Antwort ist also „billig“ und ohne Konsequenzen für einen selbst zu geben.

Auch wenn z. B. im Steigerwald Umfragen durchgeführt wurden, von denen behauptet wird, sie richteten sich an die von einem möglichen Nationalpark betroffene Bevölkerung (inwieweit das wirklich der Fall ist, wird von den jeweiligen Gegnern bezweifelt), ist oftmals ein Großteil der Befragten nicht direkt betroffen, insbesondere wenn vom Vorhaben räumlich entfernte Regionen mit einbezogen wurden.

Durch Anwendung der in Kapitel 3 genannten Methoden ist es möglich, aus der meinungslosen Bevöl-

kerungsmehrheit mehrheitlich zustimmende oder ablehnende Aussagen zu einem bestimmten Anliegen zu generieren. Diese Mehrheit wird aufgrund der Relevanz des Mehrheitswillens in Demokratien als politisches Argument ins Feld geführt und weist ein bestimmtes Anliegen als demokratisch legitimiert aus.

2.3.3 Zwei Verarbeitungswege – für Aufnahme der Ergebnisse und für Beantwortung der Fragen

Die sogenannten Dual Process Theorien (CHAIKEN & TROPE 1999) wie z. B. das Elaboration Likelihood Model von CACIOPPO und PETTY (PETTY & WEGENER 1999) gehen davon aus, dass Menschen Informationen unterschiedlich intensiv verarbeiten und dabei einer zentralen oder peripheren Route folgen. Haben sie ausreichend Zeit, Interesse und Kompetenzen zur Informationsverarbeitung beschäftigen sie sich mit einem Thema intensiv, umfassend und kritisch (zentrale Route). Ist das nicht der Fall, beschäftigen sie sich damit nur oberflächlich und unkritisch. Sie orientieren sich dann vor allem an äußerlichen Hinweisen (periphere Route). Es reicht, dass eine Darstellung die Erkennungszeichen von Wissenschaftlichkeit aufweist, wie Grafiken und Tabellen, bzw. von einem bekannten Umfrageinstitut stammt, um den Ergebnissen Glauben zu schenken. Man kann davon ausgehen, dass Umfragen im Alltag nur äußerst selten so genau betrachtet werden wie in diesem Artikel. Vielmehr ist anzunehmen, dass die periphere Route eine entscheidende Rolle spielt. Das mag sicherlich ein Grund sein, warum die Auftraggeber Umfragen von bekannten Organisationen wie „forsa“ oder „emnid“ durchführen lassen. Mit den Namen wird wissenschaftliche Qualität verbunden, in den Umfragen werden wissenschaftliche Standards jedoch häufig nicht eingehalten.

Die beiden Verarbeitungswege spielen auch bei der Beantwortung der Fragen eine Rolle.

KROSNIK unterscheidet zufriedenstellendes und optimierendes Beantworten von Fragebögen. Optimieren entspricht einer intensiven Beschäftigung mit den Fragen, beim Zufriedenstellen werden wenig aufwändige Heuristiken verwendet. KROSNIK meint, die Antworten wären bei Optimierung akkurater. Die Strategiewahl lässt sich durch das Elaboration Likelihood

Model bestätigen und entspricht der Unterscheidung zwischen peripherer und zentraler Route, allerdings ist es grundsätzlich möglich, dass bei intensiver Beschäftigung auch Verzerrungen auftreten beziehungsweise können schnelle Antworten auch korrekter ausfallen (KROSNIK 1991 in PETTY & WEGENER 1999).

Gerade bei Fragen, für deren kompetente Beantwortung fachliches Zusatzwissen (Expertenwissen) notwendig wäre, müssen Befragte auf Hinweise der Fragestellung reagieren. Es ist dem Befragten in der Befragungssituation nicht möglich zu recherchieren, selbst wenn er das wollte. Hat man sich aber erst einmal darauf eingelassen, an einer Umfrage teilzunehmen, fühlen die meisten sich auch verpflichtet, die darin enthaltenen Fragen zu beantworten (allein schon zur Reduktion kognitiver Dissonanz, siehe FESTINGER 1957). Ein zu häufiges „Kann ich nicht beantworten“ oder „Weiß ich nicht“ wirkt wie ein verspäteter Boykott der Umfrage oder impliziert eine ungünstige Selbstdarstellung als jemand, der kaum etwas weiß oder meinungslos ist.

SUDA & SCHAFFNER (2013) gehen davon aus, dass gesellschaftlich anerkannte und akzeptierte Orientierungsrahmen genutzt werden, um mangelndes Expertenwissen und fehlende eigene Erfahrungen auszugleichen. Zusätzlich können semantische Aspekte eine Rolle spielen und Konnotationen von Wörtern den Ausschlag geben. Da z. B. „Schutz“ die Abwendung von Gefahr und die Herstellung von Sicherheit impliziert (siehe oben) legt der Bedeutungsgehalt eine positive Bewertung nahe.

Wie sehr oberflächliche Hinweise Wirkung entfalten können, zeigen plakative Aktionen gegen die Verwendung von Dihydrogenmonoxid. Hinter der komplizierten, weitgehend unbekanntem und ungewohnt klingenden chemischen Bezeichnung verbirgt sich nichts anderes als harmloses Wasser (H₂O). Es gibt Aktionen, in denen es z. B. gelingt, Passanten für die Gefährlichkeit von Dihydrogenmonoxid zu sensibilisieren (es hat schädliche Eigenschaften, kann sogar tödlich sein – dass man vom Ertrinken im Wasser spricht, muss man dabei ja nicht erwähnen) und sie dazu zu bewegen, sich in Unterschriftenlisten gegen dessen Verwendung einzutragen. Die Benennung verschleierte die Tatsache, dass es sich um Wasser handelt

und legt nahe, es gehe um eine schädliche chemische Substanz, weil man gewohnt ist, dass Gifte ähnlich klingende Bezeichnungen tragen. Außerdem zeigt die Unterschriftensammelaktion in der Innenstadt, dass es um etwas geht, gegen das man protestieren soll (vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=T995bBYC-0Y>).

3 Techniken zur Generierung bestimmter Umfrage-Ergebnisse

Von den zahlreichen Techniken der Befragung, werden wir uns hier auf die Methode des Telefoninterviews beschränken, da dieses im Rahmen der betrachteten Bevölkerungsumfragen zu Waldkonflikten zur Anwendung kam. Telefoninterviews (HÄDER 2006) stellen heute neben Online-Befragungen die wichtigsten Befragungsinstrumente dar.

Im Rahmen von Telefoninterviews erfolgt eine Reduktion auf die verbal-akustische Kommunikation. Hilfsmittel in Form von Antwortkarten oder Diagrammen entfallen. Der Interviewer hat nur geringe Möglichkeiten einzuschätzen, ob der Befragte die Frage verstanden hat, konzentriert oder gelangweilt ist. Auch kann nicht erfasst werden, inwieweit die Umgebung des Befragten die Antworten beeinflusst (SCHNELL et al. 1995). Bei mehreren Antwortmöglichkeiten werden hohe Anforderungen an die Gedächtnisleistung des Befragten gestellt. Befragungen sind ein komplexer sozialer Prozess, der sehr vielen Einflussgrößen unterliegt. Durch die bewusste Gestaltung der Fragen oder Antwortkategorien kann dieser Prozess beeinflusst werden.

Der Forscher kann auf mehrere Arten darauf hinwirken, die Ergebnisse bei einer Befragung zu generieren, die ihm bzw. seinem Auftraggeber genehm sind. Man kann z. B. die Stichprobe entsprechend wählen. Es ist bekannt, dass bestimmte Teile der Bevölkerung dazu tendieren, erwünschte Aussagen zu unterstützen. Bei der abschließenden Interpretation der Ergebnisse kann in die Richtung überinterpretiert werden, auf die es einem ankommt (SUDA & SCHAFFNER 2013).

Im Folgenden illustrieren wir Beeinflussungsfaktoren, die auf Formulierungen im Fragebogen beruhen. Aus der umfangreichen Literatur zur Befragung als Instrument der empirischen Sozialforschung wurde

eine Reihe von Effekten abgeleitet, die das Antwortverhalten der Befragten beschreiben und auf mögliche Fehlerquellen hinweisen. Diese Effekte können in Umfragen jedoch auch bewusst eingesetzt werden, um bestimmte Meinungsbilder zu generieren.

3.1 Durch die Formulierungen überfordern und oberflächliche Konnotationen wirken lassen

Das Verständnis der gestellten Frage ist die wesentliche Voraussetzung für eine sinnvolle Antwort (HÄDER 2006). Aber gerade durch überfordernde und schwer verständliche Fragestellungen kann der Befragte verunsichert und dazu gebracht werden, in den Formulierungen nach Hinweisen für eine Antwort zu suchen, die vom Fragenden akzeptiert wird.

Worauf sollte die Landesregierung in Bayern bei der Bewirtschaftung von öffentlichen Wäldern ihrer Meinung nach besonderen Wert legen?
(forsa – Greenpeace 2012)

Betrachtet man diese Einführung, so wird der Befragte mit einer ganzen Reihe von Aspekten konfrontiert, die dem „Normalbürger“ wohl eher unbekannt sein dürften. Der Befragte muss wissen, was öffentliche Wälder sind und er muss eine Vorstellung davon haben, welchen Einfluss eine Landesregierung auf die Bewirtschaftung der Wälder hat. Dem Befragten ist sicherlich auch unklar, auf welche Aspekte bereits besonderer Wert gelegt wird, wo also Handlungsbedarf besteht und wo nicht.

Je komplizierter der erfragte Sachverhalt für den Befragten ist und je geringer seine persönlichen Erfahrungen mit einem Sachverhalt sind, desto ungenauer sind die Vermutungen der Befragten, von denen im Interview verlangt wird, auf verbale Stimuli ad hoc zu reagieren (KROMREY 2006).

In Deutschland gibt es alles in allem genügend Naturschutzgebiete (forsa – Meinungen zur Region Steigerwald 2014)

Diese Aussage setzt voraus, dass die Befragten wissen, was ein Naturschutzgebiet ist und wie groß deren

Zahl bzw. Flächenanteil ist. Da davon auszugehen ist, dass dieses Wissen nicht vorhanden ist, werden die Befragten auf den Reiz „Naturschutzgebiet“ reagieren. Grundsätzlich ist der Schutz von Natur sozial erwünscht und stellt eine gesellschaftliche Norm dar. Die Fragestellung „genügend“ regt den Aspekt der Zustimmungstendenz an. Ein anderes Ergebnis wäre zu erwarten, wenn danach gefragt würde, ob es „zu wenige“ Naturschutzgebiete gäbe.

Bei einer Überforderung der Befragten werden diese die Neigung haben, trotzdem zu antworten. Sie lassen sich dann in ihrem „Urteil“ von Begriffen leiten, die entweder positiv oder negativ konnotiert sind.

Ein häufiger Irrtum besteht darin, dass Interessengruppen, die Befragungen in Auftrag geben, davon ausgehen, dass die möglichen Antwortkategorien das Antwortspektrum der Befragten abbilden. Die Befragten werden dadurch gezwungen, im Referenzraum der Fragesteller zu antworten, was zu Verzerrungen führen kann. Die Antwortkategorien sollten daher im Vorfeld mit Hilfe von wenig strukturierten Interviews auf Vollständigkeit und Klarheit überprüft werden (ATTESLANDER 2008). In den von uns betrachteten Interviews wurden ausschließlich geschlossene Fragen verwendet. Es ging also nicht darum, den Referenzraum der Befragten zu beschreiben, sondern Bestätigungen der Präferenzen der Interessengruppen quantitativ zu „messen“. Ziel waren hohe Prozentzahlen und nicht die Erfassung von Einstellungen, Werthaltungen oder Handlungstendenzen der Befragten.

3.2 Bestimmte Kausalzusammenhänge postulieren und als Rahmen vorgeben

Als Antwortvorgaben für die oben dargestellte Frage wurden folgende Aspekte berücksichtigt, auf die die Landesregierung besonderen Wert legen sollte:

Auf den ökologischen Schutz heimischer Tiere und Pflanzen in alten Buchenwäldern

Auffallend ist zunächst die Begriffswahl des ökologischen Schutzes. Die Begriffskombination wird sicherlich positive Assoziationen wecken, bleibt jedoch eine Phrase ohne definierten Inhalt. Auch ist nicht klar,

warum sich der Schutz heimischer Tiere und Pflanzen auf alte Buchenwälder beschränken und nicht in allen Wäldern das Handeln bestimmen sollte. In diesem Statement wird somit ein kausaler Zusammenhang konstruiert, der nicht offensichtlich ist.

Auf den Schutz des Klimas durch naturbelassene Wälder

Auch dieses zweite Beispiel konstruiert einen Zusammenhang zwischen Klimaschutz und naturbelassenen Wäldern. Dieser Kausalzusammenhang ist jedoch zumindest fragwürdig, da eine Speicherung von CO₂ als Leitsubstanz in naturfernen Wäldern durchaus höher sein kann.

Der Befragte wird sich in diesem Zusammenhang aufgrund fehlender Kenntnisse an zentralen Begriffen orientieren, die positive oder negative Assoziationen hervorrufen. Schutz von Tieren und Pflanzen oder des Klimas oder die Förderung des Erholungswertes werden positiv gesehen und versprechen hohe Zustimmungswerte. Möglichst hoher wirtschaftlicher Ertrag durch Holzeinschlag wird negative Vorstellungen wecken und zu geringen Zustimmungswerten führen.

Sind sie der Meinung, dass zugunsten weiterer Naturschutzgebiete auf die Nutzung von einheimischem Holz verzichtet und stattdessen Holz aus dem Ausland bezogen werden sollte?
(forsa – Aktionsbündnis zur Holzvermarktung in Bayern 2012)

Der Kausalzusammenhang wird hier zwischen Nutzungsverzicht und dem alternativlosen Bezug von Holz aus dem Ausland hergestellt. Bereits mit der Einleitung „Sind sie der Meinung, dass“ wird angenommen, der Befragte hätte zu diesem Themenfeld eine Meinung. Für die Erfassung des Kausalzusammenhangs fehlen jedoch quantitative Angaben über die Größenordnungen (Anzahl und Fläche der Naturschutzgebiete, Art der Beschränkungen, Einfuhrmengen), um die Auswirkung tatsächlich erfassen zu können. Auch bei dieser Frage sind klare Mehrheiten zu erwarten, die sich gegen einen Nutzungsverzicht aussprechen.

3.3 Mehrere Aussagen kombinieren und so Unklarheiten und Antworttendenzen schaffen

Wenn Befragte einer Aussage zustimmen oder diese ablehnen sollen, so darf dieses Statement lediglich einen zu beurteilenden Aspekt enthalten. Enthält ein Statement mehrere Aussagen, ist unklar, ob allen oder nur einzelnen Teilen zugestimmt wurde.

Der Nationalpark Steigerwald

- *ist eine Aufwertung für den Steigerwald und ganz Franken*
 - *führt zu Enteignungen und Auflagen für private Waldbesitzer und Landwirte*
 - ...
- (TSN – Emnid Bund Naturschutz 2014)

Das erste Statement enthält zwei unterschiedliche geographische Räume. Auf welchen Raum sich die Antwort bezieht, bleibt unklar. Wie soll der Befragte antworten, wenn er glaubt, dass es zu einer Aufwertung des Steigerwaldes kommt, nicht jedoch für ganz Franken? Das zweite Statement enthält mindestens vier Dimensionen. Enteignungen und/oder Auflagen treffen auf Waldbesitzer und/oder Landwirte. Darüber hinaus bleibt unabhängig von der Mehrdeutigkeit offen, wie diese Beschränkungen bewertet werden. Fragen sollten sich daher immer auf einen Sachverhalt beziehen.

Fragen sollten so eindeutig formuliert sein, dass mit der Frage ein für alle Befragten einheitlicher Bezugsrahmen geschaffen wird. Zur Sicherung der Eindeutigkeit darf nur eine Frage gestellt werden. (KROMREY 2006) „Fragen, die Aufzählungen mit gleichzeitig zu bewertenden Sachverhalten enthalten (–) sind mehrdimensional und damit untauglich“ (HÄDER 2006).

3.4 Darauf bauen, dass die Befragten aufgrund sozialer Erwünschtheit antworten

Die tatsächliche oder vermeintliche Meinungslosigkeit stellt einen Aspekt dar, der die Qualität einer Umfrage beeinflusst (HÄDER 2006). Meinungslose wer-

den daher häufig so antworten, wie sie es für sozial erwünscht halten. Die Befragten folgen dann einem gesellschaftlich anerkannten Referenzrahmen. Sie drücken dann nicht ihre „Meinung“ aus, sie folgen vielmehr der Annahme, was eine Mehrheit wohl über den Aspekt denken könnte. Dadurch fällt man nicht aus dem „Rahmen“.

Woher sollte das Holz für Holzprodukte ihrer Meinung nach im Idealfall bezogen werden?
(forsa – Aktionsbündnis zur Holzvermarktung in Bayern 2012)

Durch den Begriff „Idealfall“ wird der Referenzrahmen der sozialen Erwünschtheit geöffnet. Durch die Verwendung des Passivs wird der unpersönliche Bezugsrahmen noch verstärkt. Da sich nur wenige Befragte mit dieser Frage auseinandergesetzt haben, werden sie einer Annahme folgen, was wohl näher liegen dürfte. Gefolgt wird dann der allgemeinen Vorstellung, dass das „Nahe“ besser ist als das „Ferne“.

Soziale Erwünschtheit kann auch direkt in der Einleitung zur Frage durch die Nennung von repräsentativen Stellvertretern der Gesellschaft erzeugt werden.

Die Bundesregierung hat beschlossen, dass 10 Prozent der Waldfläche in Deutschland völlig unberührt bleibt. ... In Bayern trifft dies bisher auf weniger als 10 Prozent der Waldfläche zu ...
(forsa – Greenpeace 2012)

Naturschützer setzen sich dafür ein, ...
(forsa – Greenpeace 2012)

Die Bundesregierung hat mit einer Mehrheit etwas beschlossen, was einer „gesellschaftlichen“ Sehnsucht nach „unberührter“ Natur entspricht. Das „Erwünschte“ hat also bereits eine starke politische Stimme. Naturschützer setzen sich dafür ein, dass etwas Negatives verhindert wird. Auch dies entspricht einer gesellschaftlichen Norm und die Befragten werden dem Gedanken folgen.

3.5 Die Tendenz zur Zustimmung nutzen (SCHNELL et al. 1995)

Empirische Untersuchungen zeigen, dass Befragte grundsätzlich dazu neigen, einer geäußerten Aussage eher zuzustimmen. Der Effekt wird stärker auftreten, wenn sich die Befragten nur zwischen den Polen Zustimmung und Ablehnung entscheiden müssen und nicht differenzierter in Abstufungen antworten können.

Sollten ihrer Meinung nach Karten mit Informationen über den öffentlichen Wald veröffentlicht werden oder sollte dies nicht geschehen?
(forsa – Greenpeace 2012)

Neben der sozialen Erwünschtheit, dass Informationen frei zugänglich sein sollten, wird bei dieser Frage die Zustimmungstendenz zusätzlich wirken, zumal eine Zustimmung mit keinerlei Konsequenzen für den Befragten verbunden ist.

3.6 Durch ungewohnte fiktive Annahmen eine künstliche Rahmensituation schaffen

Wenn Befragte mit einer nicht alltäglichen fiktiven Situation konfrontiert werden, so werden die Antworten auf der Basis eines allgemeinen Referenzrahmens erfolgen.

Angenommen Sie kaufen sich Massivholzmöbel oder ein Gartenhaus aus Holz. Wie wichtig ist Ihnen beim Kauf, dass das Holz aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung stammt (forsa – Aktionsbündnis zur Holzvermarktung in Bayern 2012)

Der Befragte wird mit einer fiktiven Einkaufssituation konfrontiert. Die Fiktion wird vor allem durch das Gartenhaus deutlich, das kaum auf dem Einkaufszettel der Befragten stehen wird. Untersuchungen zu Kaufentscheidungen von Holzprodukten verdeutlichen, dass eine Zertifizierung einer „nachhaltigen Waldbewirtschaftung“ eine sehr untergeordnete Rolle spielt. Entscheidend sind Preis und Qualität der Produkte (ADNER et al. 2013). Die aus der fiktiven Situation ermittelte Handlungstendenz korreliert kaum mit dem tatsächlichen Verhalten.

3.7 Durch vorgegebene Antwortoptionen das Spektrum möglicher Antworten einschränken

Die Antwortvorgaben sollten ein möglichst vollständiges Bild denkbarer Reaktionen erfassen. Sind die Vorgaben unvollständig, muss sich der Befragte für eine Vorgabe entscheiden. Eine gezielte Auswahl der Vorgaben wird somit regelmäßig zu Verzerrungen führen.

Wer sollte über die mögliche Einrichtung eines Nationalparks entscheiden?

- die gewählten Vertreter im Gemeinderat in den betroffenen Gemeinden
 - die Bürger der betroffenen Gemeinden durch einen Bürgerentscheid
- (forsa – Meinungen zur Region Steigerwald 2014)

Bei diesen Antwortvorgaben ist die Beschränkung offensichtlich. Zuständig für den Erlass der Rechtsverordnung ist die Staatsregierung, die Gemeinden werden im Verfahren beteiligt. Die Entscheidung könnte jedoch theoretisch auch von anderen Gremien oder Institutionen getroffen werden, die nicht benannt werden. Die Antwortvorgaben schränken somit massiv ein. In diesem Fall stimmten 83 % für einen Bürgerentscheid in den betroffenen Gemeinden, was in der Praxis einer Festsetzung zu großen Schwierigkeiten führen würde. Ist eine Einrichtung abzulehnen, wenn sich die Bürger einer Gemeinde dagegen aussprechen oder entscheidet dann die Mehrheit der Gemeinden? Die Bürgerentscheide würden zwangsläufig zu einem Dilemma führen.

3.8 In Formulierungen Bewertungen einbauen und vorgeben

Die Wortwahl spielt bei Befragungen eine bedeutende Rolle. Fachausdrücke sollten vermieden werden.

Naturschützer setzen sich dafür ein, dass in Buchenwäldern keine störenden Nadelbäume angebaut werden, um so die immer seltener werdenden Buchenwälder zu erhalten.
(forsa – Greenpeace 2012)

Bei dieser Frage werden zwei Aspekte sprachlich hervorgehoben. Die „störenden“ Nadelbäume bedrohen die Erhaltung der „immer seltener“ werdenden Buchenwälder. Durch die Wortwahl wird ein emotionaler Rahmen geschaffen, einer Bedrohung wird durch den Einsatz der Naturschützer begegnet. Es macht einen Unterschied, ob man in einer Frage die Begriffe Gastbaumarten oder fremdländische Baumarten verwendet.

Durch die Verwendung der Begriffe „störend“ oder „immer seltener“ wird eine bestimmte Position deutlich und gegen das Gebot der neutralen Formulierung verstoßen. „Stark wertbesetzte Begriffe sind zu vermeiden“ (HÄDER 2006).

3.9 Durch die Reihenfolge der Fragen Antworttendenzen schaffen (KROMREY 2006)

Sequenzeffekte oder Ausstrahlungseffekte sind in Fragebögen grundsätzlich nicht vermeidbar. Diese bezeichnen den Effekt, dass sich eine zuvor gestellte Frage auf die Beantwortung der nächsten Frage auswirkt. Die Befragten versuchen in einem konsistenten Urteilsschema zu bleiben, konstruieren jedoch häufig auch Zusammenhänge, die der Fragesteller gar nicht erkennt. In einer Studie (SUDA et al. 1998) wurde der Sequenzeffekt bewusst eingesetzt. Es konnte gezeigt werden, dass sich die Assoziationen zum Begriff Forstwirtschaft deutlich verändern, wenn zuvor entweder nach Assoziationen zu Wald oder zu Holz gefragt wurde. Die Anordnung der Fragen kann also das Ergebnis stark beeinflussen.

3.10 Durch die Nennung des Auftraggebers bestimmte Antwortende herausselektieren

Der Sponsoring Effekt beschreibt eine besondere Form des Ausstrahlungseffektes. Für die Befragten spielt es durchaus eine Rolle, in wessen Auftrag eine Befragung durchgeführt wird. Je nach Sympathie oder Antipathie für die genannte Organisation sind Effekte auf die Beantwortung der Fragen zu erwarten. Die Nennung der Organisation wird auch die Bereitschaft beeinflussen,

an einer Befragung überhaupt teilzunehmen. So werden sich regelmäßig solche Personen der Befragung entziehen, die die Organisation nicht kennen oder diese mit negativen Assoziationen verknüpfen.

Auf der anderen Seite kann durch die Nennung von Organisationen (wissenschaftliche Institutionen) auch die Bereitschaft zur Teilnahme erhöht werden. Aufgrund der Vielzahl von Umfragen wird dadurch die Entscheidung für oder gegen eine Teilnahme verändert. Dieser Effekt wird auch als Nonresponse Problem beschrieben. Dies bedeutet, dass Personen, die nicht an einer Umfrage teilnehmen, andere Einstellungen aufweisen können als die Teilnehmer.

Befragungen, die von einem renommierten Befragungsinstitut durchgeführt werden und eine „repräsentative“ Stichprobe ziehen, erwecken den Anschein der wissenschaftlichen Neutralität. Mit diesem Anschein werden sie von den jeweiligen Interessengruppen in den politischen Prozess eingespeist. Das Konzept der Neutralität ist jedoch eine Fiktion, wenn bewusst oder aus Unwissenheit gegen die Erkenntnisse der empirischen Sozialforschung verstoßen wird.

3.11 Sich ergebende Widersprüche bei den Antworten ignorieren

Mit Hilfe von Kontrollfragen kann bei wissenschaftlichen Studien geprüft werden, ob die Befragten in einem konsistenten Referenzrahmen antworten. Tun sie dies nicht, so kann das mehrere Ursachen haben. Für unseren Zusammenhang ist von besonderer Bedeutung, dass diese Inkonsistenzen ein Hinweis darauf sind, dass sich die Befragten zum Themenfeld der Befragung bislang keine Meinung gebildet haben. Um diesen Umstand bei politisch motivierten Umfragen zu kaschieren, unterbleibt eine Thematisierung von Widersprüchen in der Ergebnisdarstellung.

Fänden Sie es gut oder schlecht, wenn in Franken ein Nationalpark Steigerwald im Staatswald eingerichtet wird? (TSN – Emnid Bund Naturschutz 2014)

- sehr gut – eher gut: 61 %
- eher schlecht – sehr schlecht: 30 %

In der Region Steigerwald sollte zusätzlich zum bestehenden Naturpark ein Nationalpark eingerichtet werden. (forsa – Meinungen zur Region Steigerwald 2014)

- ja: 36 %
- nein: 57 %

Die Erhaltung der Artenvielfalt wird unter anderem als Grund für die Einrichtung eines Nationalparks angeführt. Allerdings belegen wissenschaftliche Studien, dass die Artenvielfalt im Wald auch durch naturnaher Bewirtschaftung erhalten und gesteigert werden kann. Braucht man ihrer Einschätzung nach trotzdem in Bayern einen weiteren Nationalpark? (forsa – Aktionsbündnis zur Holzvermarktung in Bayern 2012)

- ja 31 %
- nein 61 %

Keine der hier aufgeführten Studien geht auf die deutlichen Unterschiede in den Ergebnissen der anderen Umfragen ein.

3.12 Umfragen als Handlungsaufforderungen und Instrument der Beeinflussung von Einstellungen nutzen

Fragen können auch genutzt werden, um bei den Befragten Einstellungen zu beeinflussen bzw. hervorzurufen. Das kann soweit gehen, dass implizit Handlungsaufforderungen formuliert werden. Ein hervorragendes Beispiel ist eine Befragung zum Boykott von Shell-Tankstellen, die Greenpeace 1995 beim Emnid-Institut in Auftrag gegeben hat und die im Folgenden kurz besprochen wird. Sie besteht aus einem relativ langen Fragesatz, dem ein Eingangsstatement vorausgeht. Je länger die Fragetexte sind, umso eher ist es möglich, Informationen darin unterzubringen und eine spezifische Rahmung herzustellen, die das Verstehen und Antwortverhalten des Befragten anleitet. Mag sein, dass der Fragesteller bei umfangreichen Frageformulierungen ein unschuldiges Informationsanliegen verfolgt und er den befragten Nicht-Experten mit relevanten Sachinhalten und Zusammenhängen versorgen will, um ihm eine fundierte Antwort zu ermöglichen. Er öffnet dadurch aber auch das Tor für

Manipulation besonders weit und erfragt keinen authentischen Wissensstand mehr. Aber vielleicht ist ja gerade das die dahinterliegende Absicht.

Am Donnerstag, 1. Juni 1995, verlaubliche Greenpeace Folgendes: „Greenpeace legt repräsentative Umfrage des EMNID-Instituts vor. Danach sind 74 Prozent der Bundesbürger bereit, die Shell-Tankstellen zu boykottieren. Von den befragten Autofahrern 85 Prozent.“

So sah die dazu gestellte Frage aus: „Trotz der Proteste von Greenpeace, des Europaparlaments und Umweltministerin Angela Merkel plant der Mineralölkonzern Shell weiter, die mit 130 Tonnen Gift beladene Ölplattform „Brent Spar“ auf hoher See zu versenken.“

Wären Sie persönlich bereit, die Tankstellen der Firma Shell aus Protest zu meiden und auf die Tankstellen anderer Mineralölkonzerne auszuweichen, bis Shell von seinem Plan, die Plattform zu versenken, absieht?“ (MANTOW 1995: 42)

In der Frageformulierung erscheinen Greenpeace, Europaparlament und Umweltministerin vereint und versammeln ein eindrucksvolles Konglomerat von jeweils mit ihnen verbundenen Konnotationen: Es fließen politisches Gewicht, demokratische Legitimation, ethische Instanz und Unerschrockenheit des „Guerilla“-Kämpfers für Umwelt und Natur ineinander. Dieser Gruppe aus Autoritäten steht nun Shell mit seinem Gift gegenüber. Die Wortwahl „Mineralölkonzern“, „Tonnen Gift“, „Ölplattform“ lassen eine gewaltige Firma erscheinen, der sozusagen Öl und Gift an den Händen klebt.

Heldengruppe und Bösewicht mit Absicht zur bösen Tat stehen einander gegenüber. Jetzt kommt die Frage: Auf welche Seite willst du dich schlagen, lieber Befragter? Es wird angeboten, bei den Guten mitzumachen und geklärt, dass man dazu einfach nur bei anderen Firmen tanken muss, bis Shell von seinem frevelhaften Anliegen ablässt. (Oder in der Befragung anzugeben, dass man woanders tanken würde, auch wenn man es dann nicht tut.)

Es steckt also eine ganz klare Aufforderung zu einem bestimmten Handeln in der Frage und es wird einem

eine bestimmte Haltung zu Shell und dem Versenken von Ölplattformen nahegelegt.

Erstaunlich, dass immerhin 11 % der Autofahrer mit „Nein“ antworteten, 4 % machen keine Angaben (MANTOW 1995). Haben sie nicht ausreichend zugehört oder haben sie eine anderslautende gefestigte Meinung? Oder pochen sie auf ihre Wahlfreiheit, die sie sich auch durch diese suggestiven Formulierungen nicht nehmen lassen wollen? Die große Mehrheit hat sich jedenfalls auf die Seite der Guten in der Frage-Narration geschlagen.

Das Geschehen um die Brent Spar ist eine interessante Fallstudie für die Untersuchung der Mechanismen von Skandalisierung. So stellt KEPLINGER (2012) fest, dass Shell mit seinen Informationen nicht durchdrang, obwohl sie wahrheitsgetreuer waren als die von Greenpeace. Shell musste die Plattform nach Norwegen schleppen und teuer abwracken lassen, obwohl „... die Versenkung der Brent Spar billiger, ungefährlicher und ökologisch verträglicher gewesen [wäre] als ihre Entsorgung an Land“ (KEPLINGER 2012).

4 Umfragen als Diskursdokumente

Umfragen gelten als Messinstrumente, mit denen z. B. Meinungen von Befragten zu bestimmten Sachverhalten erhoben werden. Nachdem die Umfrage durchgeführt wurde, tritt üblicherweise das Messinstrument in den Hintergrund und es geht nur noch um das, was die Befragten geäußert haben. So die übliche, angesichts der politischen Instrumentalisierung vielleicht etwas naive Sichtweise. Angesichts der immer wieder genutzten Manipulationsmöglichkeiten schlagen wir eine weitere Betrachtungsweise vor. Die Fragen selbst sind Untersuchungsgegenstand und die darin enthaltenen Aussagen und Formulierungen Erkenntnisgrundlage. Die Umfragetexte werden als Diskursdokumente aufgefasst. Sie geben über die Ansichten und Überzeugungsstrategien von Akteuren in diskursiven Auseinandersetzungen Auskunft.

4.1 Politisierte Umfragen geben Aufschluss über deren Autor und den von ihm vertretenen Diskurs, weniger über die Meinung der Befragten

Bei der Formulierung von Umfragen wirken verschiedene „Instanzen“ zusammen. An prominenter Stelle steht selbstverständlich der Autor, der den Text direkt formuliert. Seine Ansichten und Vorstellungen zu den Gegenständen der Befragung gehen in die Formulierungen ein. Beim Formulieren hat er aber diejenigen im Auge, die befragt werden und bei politischen Hintergrundabsichten auch das spätere Publikum für die Ergebnisse. Er gestaltet den Text daher so, dass er von Befragten wie Ergebnis-Rezipienten auf bestimmte Art und Weise verstanden wird und erhoffte Reaktionen auslöst. Dadurch werden seine Vorstellungen von den Befragten und dem Publikum für den Text gestaltungswirksam.

Die Textgattung „Umfrage“ spielt eine weitere wichtige Rolle. Es gibt anerkannte Gepflogenheiten wie eine Umfrage aussehen muss. Sie finden ihren Niederschlag in wissenschaftlichen Hintergrundannahmen und Gütekriterien. Je stärker der Autor sich an etablierten Standards und Qualitätsansprüchen der Wissenschaft orientiert, umso stärker wirkt deren Gestaltungskraft in der Ausformulierung des Fragebogens. Bei politisch instrumentalisierten Umfragen treten die harten wissenschaftlichen Ansprüche allerdings in den Hintergrund und machen weichen Ansprüchen Platz, die nur noch dazu dienen, den Anschein von Wissenschaftlichkeit zu wahren. Das Gleiche gilt für die Ergebnisdarstellungen: Auch hier wirken Autor, Rezipient und Genre auf ähnliche Weise zusammen, allerdings spielt der Befragte keine Rolle mehr.

Das heißt je stärker die politische Instrumentalisierungsabsicht, desto weniger spielt das Genre „Umfrage als wissenschaftliches Instrument“ bzw. spielen die wahren Ansichten der Befragten eine Rolle. Der Autor sowie dessen Vorstellungen und Absichten treten dagegen umso deutlicher hervor. Dafür tritt der Diskurs, den der Autor (zusammen mit anderen) vertritt, stärker in den Vordergrund und er wird als Gestaltungsinstanz wirksam. Schließlich soll die Umfrage Ergebnisse generieren, die den vertretenen Diskurs in seiner Überzeugungskraft stärken. Der Diskurs gestaltet also

die Umfrage und nicht umgekehrt. Die Umfrage gibt daher mehr Aufschluss über den Autor und den von ihm vertretenen Diskurs als über die Befragten. In einer entsprechenden Diskursanalyse lernen wir folglich mehr über die Auftraggeber als über die befragte Bevölkerung.

4.2 Politisierte Umfragen diskreditieren die Wissenschaft und schaffen Desorientation

Es scheint, dass die Zahl politisierter Umfragen zunimmt. Immer häufiger geht es nicht darum, Erkenntnisse über Meinungen, Einstellungen oder Werthaltungen der Befragten zu ermitteln, sondern darum, eigene Anliegen in politischen Auseinandersetzungen zu stärken. Die so ermittelten Meinungsbilder werden durch geschickte Fragenkonstruktionen und andere Mittel (z. B. Stichprobenauswahl) erst erschaffen und sind weitgehend Kunstprodukte (SUDA & SCHAFFNER 2013). Das dem so ist, bleibt auf Dauer weder Politikern, Journalisten, Öffentlichkeit noch Wissenschaftlern verborgen. Jede Seite einer Auseinandersetzung generiert in Umfragen die Ergebnisse, die zu ihrem Anliegen passen. Politiker werden von solcherart Umfrageergebnissen daher zunehmend unbeeindruckt bleiben. Sie werden in Auseinandersetzungen Umfragen für ihre politischen Zwecke nutzen und auf die Umfrageergebnisse zurückgreifen, die ihren Vorhaben und Überzeugungen zuarbeiten, sich aber nicht von politisierten Gegenumfragen ohne weiteres umstimmen lassen.

Für Journalisten haben Umfrageergebnisse, auch wenn sie nur den Anschein von Wissenschaftlichkeit haben, Neuigkeitswert (zur Attraktivität von Quantifizierungen für die Massenmedien siehe LUHMANN 1996). Werden die Ergebnisse von der Gegenseite kritisiert, gibt es dankenswerterweise auch schon eine weitere Schlagzeile. Für die interessierte Öffentlichkeit wird es dagegen immer undurchschaubarer, wenn sowohl das eine als auch das Gegenteil der Fall sein soll.

Fatal ist, dass die Wissenschaft dadurch diskreditiert wird und ihre Autorität als Instanz verliert, die möglichst objektives Wissen produziert. Das Feld wird vergiftet. Selbst wenn wir Umfrageergebnisse Erhebun-

gen verdanken, die wissenschaftlichen Gütekriterien entsprechen, wird man das nicht auf Anhieb erkennen. Sie laufen Gefahr, genauso bewertet zu werden wie politisierte Umfragen. Dass durch selektive Zitierung auch wissenschaftlich hochwertige Erhebungen für politische Anliegen missbraucht werden können, kommt noch hinzu. Durch die fortgesetzte Instrumentalisierung der Wissenschaft durch die Politik wird die Wahrheitsinstanz auf Dauer diskreditiert.

Literatur

- ADNER, M.; SUDA, M.; GAGGERMEIER, A., 2013: Ein Experiment in deutschen Baumärkten: Bedeutung der Holzherkunft und -zertifizierung im Rahmen der Kundenberatung. *AFZ-DerWald* 8/2013, 22–24.
- ATTESLANDER, P., 2008: Methoden der empirischen Sozialforschung. 12. Auflage, Berlin, 359 S.
- BECKER, S.; ELMER, Ch., 2014: SPIEGEL online vom 09.09.2014, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/umfragen-von-angela-merkels-regierung-a-990296.html>, letzter Aufruf 2.12.2014.
- CHAIKEN, S.; TROPE, Y. (Hg.), 1999: Dual-process theories in social psychology. New York, Guilford Press.
- DOBLER, G.; SUDA, M.; HÖHENSTEIGER, F., 2014: Die Greenpeace-Kampagne im Spessart, *AFZ-DerWald*, 2/2014, 23–27.
- FESTINGER, L., 1957: A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford, CA: Stanford University Press.
- GELLNER, W.; HAMMER, E.-M., 2010: Policyforschung. Oldenburg, Wissenschaftsverlag, 168 S.
- HÄDER, M., 2006: Empirische Sozialforschung – Eine Einleitung. Wiesbaden, 497 S.
- KEPLINGER, H. M., 2012: Die Mechanismen der Skandalisierung. Zu Guttenberg, Kachelmann, Sarrazin & Co.: Warum einige öffentlich untergehen; und andere nicht. München, Olzog.
- KINGDON, J. W., 1995: Agendas, alternatives, and public policies. 2. Auflage. New York: Longman.
- KROMREY, H., 2006: Empirische Sozialforschung. 11. Auflage, Stuttgart, 565 S.
- KROSNICK, J. A., 1991: Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys. *Applied Cognitive Psychology*. 213–236 (PETTY & WEGENER 1999, S. 66).
- LUHMANN, N., 1992: Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- LUHMANN, N., 1996: Die Realität der Massenmedien. 2., erw. Auflage. Opladen: Westd. Verl.
- MANTOW, W., 1995: Die Ereignisse um Brent Spar in Deutschland. Darstellung und Dokumentation mit Daten und Fakten. Die Hintergründe und Einflussfaktoren. Kommentare und Medienresonanzen. Ausgearbeitet im Auftrag der Deutsche Shell AG.
- PETTY, R. E.; WEGENER, D. T., 1999: The elaboration likelihood model: current status and controversies. In: CHAIKEN, S. und TROPE, Y. (Hg.): Dual-process theories in social psychology. New York: Guilford Press, 41–72.
- PÖRKSEN, U., 1997: Weltmarkt der Bilder. Eine Philosophie der Visiotype. Stuttgart, Klett-Cotta.
- SHELL, R.; HILL, P.; ESSER, E., 1995: Methoden der empirischen Sozialforschung. 5. Auflage, München, 506 S.

SUDA M.; PAULI, B.; MAGES, V.; KLINS, U., 1998: Wald, Holz und Forstwirtschaft im Spiegel der öffentlichen Meinung. *Forstliche Forschungsberichte München*, Nr. 172, 49–68.

SUDA, M.; SCHAFFNER, S., 2013a: Das Phänomen meinungs- und mehrheitsbildender Bevölkerungsumfragen als Instrument zur Legitimierung von Interessen im politischen Raum – Sozialempirische Befragungstechnik am Scheideweg zwischen Stimmungsmache oder Erkenntnisgewinn“. *Forstarchiv* 84; H. 5; 152–161.

SUDA, M.; SCHAFFNER, S., 2013b: Nationalpark Nordschwarzwald: Bevölkerungsumfragen am Scheideweg zwischen Wissenschaft und Politik. *AFZ-Der Wald* (8), 4–8.

Forsa 2014: Meinungen zur Region Steigerwald. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung von Bewohnern der Region. URL: http://www.unser-steigerwald.de/blog/wp-content/uploads/2014/09/Forsa_Steigerwald_09092014.pdf zuletzt geprüft am 10.12.2014.

TSN – Emnid Bund Naturschutz 2014: Umfrage Steigerwald. URL: http://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publicationen-PDF/PM-054-14-Umfrage_Steigerwald_Emid_Umfrage_Akzeptanz_Nationalpark_Steigerwald_BN_WWF_060614.pdf zuletzt geprüft am 10.12.2014.

Forsa – Greenpeace 2012 – <https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/20120516-Waldschutz-Bayern-Forsa-Umfrage.pdf> zuletzt geprüft am 10.12.2014.

Forsa – Pro Holz Bayern – Aktionsbündnis zur Holzvermarktung in Bayern, 2012 – http://www.baysf.de/fileadmin/user_upload/news/Forsa_Umfrage.pdf zuletzt geprüft am 10.12.2014.

Autoren

Prof. Dr. Michael Suda ist Leiter des Lehrstuhls für Wald- und Umweltpolitik der TUM-School of Management, Technische Universität München. Suda beschäftigt sich neben zentralen Fragen der Forstpolitikwissenschaft mit Möglichkeiten und Grenzen von Methoden der empirischen Sozialforschung.

Prof. Dr. Michael Suda
Hans-Carl-von-
Carlowitz-Platz 2
85354 Freising
Tel. (0 81 61) 71-46 25
suda@wzw.tum.de



Dr. Günter Dobler ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik der TUM-School of Management, Technische Universität München. Dobler bearbeitet das Projekt *Analyse walddrelevanter Diskurse und daraus abgeleitete Kommunikationsempfehlungen*. Im Zentrum dieses Forschungsprojekts steht die Analyse aktueller Diskurse um den Wald und des Kommunikationsverhaltens der daran beteiligten Akteure, um aus den dadurch gewonnenen Erkenntnissen, Empfehlungen für eine verbesserte Kommunikation zwischen gesellschaftlichen Interessensgruppen abzuleiten.

Dr. Günter Dobler
Hans-Carl-
von-Carlowitz-Platz 2
85354 Freising
Tel. (0 81 61) 71-46 26
guenter.dobler@tum.de

