EARSANDEYES
CREATING NEW GROUNDS

PRESSEMITTEILUNG

Fast zwei Drittel befürworten Sperrfrist für Wahlprognosen

Hamburg, im September 2017 – Schwarz-Gelb, GroKo, oder doch Rot-Rot-Grün? In den Wochen vor der Bundestagswahl erscheinen nahezu täglich neue Studien von Meinungsforschungsunternehmen, die ein mögliches Wahlergebnis vorhersagen. Wahlprognosen dienen als willkommener Aufmacher für Zeitungen und Diskussionsgrundlage in politischen Talkshows. Eine Mehrheit der Bevölkerung steht dieser Praxis jedoch kritisch gegenüber, wie eine bevölkerungsrepräsentative Studie des Hamburger Marktforschungsinstituts EARSandEYES jetzt ergab.

62 Prozent der Befragten befürworten demnach eine Sperrfrist für Prognosen im Vorfeld von Wahlen. Dabei sind Männer deutlich skeptischer als Frauen: 67 Prozent der männlichen Befragten und 58 Prozent der Frauen finden eine entsprechende Regelung sinnvoll. Etwa ein Viertel der Befürworter (23 %) spricht sich für eine zweiwöchige Sperrfrist aus, 41 Prozent möchten einen Monat oder länger vor der Wahl keine Prognosen mehr sehen.

Die Gründe für eine Ablehnung von Wahlumfragen sind vielfältig: So lenkten Prognosen die Aufmerksamkeit unverhältnismäßig stark auf Personen (56 %) und auf große Parteien (64 %), politische Inhalte träten dagegen in den Hintergrund. Dass Prognosen das Verhalten von Wählern beeinflussen, steht für 53 Prozent außer Frage.

„Wir stellen fest, dass Wähler zunehmend sensibilisiert sind für eine mögliche Beeinflussung durch die Vielzahl veröffentlichter Prognosen", erläutert Frank Lüttschwager, Geschäftsführer von EARSandEYES. „Dabei geht es weniger um die Präzision der Vorhersagen – kritisiert wird vor allem der mediale Umgang mit den Ergebnissen."

Für die Studie befragte EARSandEYES im September 2017 1.000 in Deutschland lebende Personen ab 18 Jahren. Die Ergebnisse sind unter Angabe der Quelle „EARSandEYES" frei verwendbar.

Zur Umfrage: Stichprobe: n = 1.000 in Deutschland lebende Personen ab 18 Jahren, Online-Befragung im geschlossenen, qualitätskontrollierten EARSandEYES Accesspool, Bevölkerungsrepräsentative Ergebnisse. Angleichung an die amtliche Statistik für Alter, Geschlecht mittels iterativer Gewichtung.

Das Unternehmen: Das Hamburger Full-Service Marktforschungsinstitut EARSandEYES wurde 1998 gegründet und ist heute international für große Wirtschaftsunternehmen tätig. Im Rahmen der Marketingforschung bietet das Institut ein systematisches Innovationsmanagement an, das zukunftsorientierte Lösungen für Marken schafft. Langjährige Kompetenzen bestehen auch in der Kinder- und Jugendmarktforschung. Zeitgemäße Befragungstechnologien, maßgeschneiderte Instrumente und hauseigene, gepflegte Access-Panels garantieren zuverlässige Datenqualität und zeitnahe, am Verbraucher ausgerichtete Ergebnisse. www.earsandeyes.com

Kontakt: EARSandEYES GmbH, Susanne Maisch, Oberstraße 14 B, 20144 Hamburg, Telefon: +49 40 822 240-200, E-Mail: sm@earsandeyes.com