

Pressemitteilung 7. November 2008 - psychonomics AG, Wien

US-WAHL: ONLINE-WAHLPROGNOSEN EBENSO ERFOLGREICH WIE KLASSISCHE WAHLFORSCHUNG

Wien, 7. November 2008. Die amerikanische Präsidentschaftswahl hat nicht nur die Bürger, sondern auch die Wahlforscher weltweit monatelang in Atem gehalten. Nachdem die Würfel zugunsten Barack Obamas als erstem schwarzen US-Präsidenten gefallen sind, lässt sich bereits ein kurzes Resümee zur Qualität der Wahlprognosen ziehen: Insgesamt lagen die Vorhersagen der meisten amerikanischen und internationalen Institute in einem vergleichsweise engen Korridor und sagten weitgehend übereinstimmend einen Vorsprung für Obama bei den "popular votes" von fünf bis acht Prozent voraus. Lediglich einzelne Institute prognostizierten noch bis Ende Oktober einen zweistelligen Vorsprung für Obama und lagen damit recht weit vom Endergebnis von 52 zu 47 Prozent der Wählerstimmen entfernt.

Methodisch arbeiteten die meisten Forschungsinstitute auf klassischen Wege mit Telefonbefragungen; Online-Wahlumfragen waren zwar seltener, scheiden in punkto Treffergenauigkeit aber ebenso zuverlässig und teils sogar noch besser ab als traditionelle Methoden der Wahlforschung. So gelang beispielsweise dem zur internationalen YouGov Gruppe zählenden Meinungsforschungsinstitut Polimetrix aus den USA mit der Wahlprognose eines Vorsprungs von sechs Prozentpunkten für Obama in den "poular votes" nahezu eine Punktlandung. 31.148 registrierte Wähler aus dem über eine Millionen Mitglieder umfassenden amerikanischen YouGov Online-Panel wurden zwei Wochen vor der Wahl via Internet zu ihrer Wahlentscheidung befragt.

"Die Ergebnisse untermauern erneut die Qualität und Prognosekraft von Online-Umfrageergebnissen.", kommentiert Harald Markut, Leiter der Online-Forschung des ebenfalls zur YouGov Gruppe zählenden Markt- und Meinungsforschungsinstituts psychonomics AG aus Wien. *"Es kann daher heute kein ernsthafter Zweifel mehr daran bestehen, dass professionell durchgeführte Online-Wahlumfragen ebenso zuverlässige Ergebnisse liefern können wie traditionelle Prognoseverfahren. Auch in der Online-Marktforschung hat es allerdings einige Zeit gedauert, bis dies Anerkennung gefunden hat.",* so der Experte weiter.

Vor einem halben Jahr bei den Bürgermeisterchaftswahlen in London sagte das britische YouGov-Institut, Pionier der repräsentativen Meinungsforschung über Online-Panels, via Online-Umfragen für die britische Zeitung "Evening Standard" sogar als einziges Institut "goldrichtig" den unerwartet deutlichen 53:47 Sieg von Boris Johnson über Ken Livingstone voraus. Alle übrigen Institute, die ihre Prognosen via Telefoninterview erhoben, lagen hier mit ihren Vorhersagen falsch und sahen ein Kopf-an-Kopf-Rennen oder sogar einen Sieg für Livingstone voraus.

Bei der US-Wahl wurden vereinzelt auch kombinierte Online- und Offline-Verfahren eingesetzt, die aber nicht besser abschnitten als die Einzelverfahren.

Rückfragehinweis

Susanne Thamer
psychonomics AG
Rennweg 97-99
A-1030 Wien
Tel.: +43 (0) 1 798 59 28-1017
E-Mail: susanne.thamer@psychonomics.at
Internet: www.psychonomics.at