Bandwagon oder Underdog?

Posted on 5. September 2021 by Klaus F. Röhl

Die Wahlumfragen zur anstehenden Bundestagswahl erinnern mich daran, dass ich mich vor vielen Jahren einmal mit der Eigendynamik soziologischer Aussagen befasst habe. Von daher hatte ich den Bandwagon-Effekt, also den Mitläufer-Effekt, und den Underdog-Effekt, also den Mitleidseffekt, in Erinnerung. Anscheinend ist die Wirkung von Umfragen auf die Wahlentscheidung nicht leicht zu erforschen. Das Beste und Aktuellste, was ich dazu gefunden habe, ist eine Abhandlung von Ursula Alexandra Ohliger und Veronika Ohliger, Der gläserne Wähler? Die Ambivalenz politischer Meinungsforschung in der Mediendemokratie, in: Ursula Münch/Andreas Kalina, Demokratie im 21. Jahrhundert, 2020, S. 202-228. Danach vermutet man wohl allgemein bei anderen eine stärkere Wirkung von Wahlumfragen als bei sich selbst. Aber wenn die Wirkung auch nur im einstelligen Prozentbereich liegt, könnte sie doch wahlentscheidend sein. Mein Wahltipp: der Underdog-Effekt wird der CDU etwas aus dem Umfragetief helfen.

Meinen alten Text zur Eigendynamik soziologischer Aussagen stelle ich hier schon einmal ins Netz, denn ich werden mich darauf in einer Stellungnahme zur Interdisziplinarität der Rechtswissenschaft wohl bald noch einmal darauf beziehen.

Ähnliche Themen