

Meinungsforschung – Deutsche Erfahrungen

Veranstaltungsform: Konferenz (ca. 250 Teilnehmer)

Partner: Information and Decision Support Center (IDSC)

Zeit/Ort: 09. November 2009, Marriott Hotel, Kairo

Zielgruppe: Wissenschaftler, Politikberater, Politische Entscheidungsträger

1. Programmübersicht

Montag, 09. November 2009

1. Sitzung: Wahlen und politische Kampagnen

Dr. Aly El Din Helal, Sekretär für Informationsangelegenheiten, Nationaldemokratische Partei (NDP), Ägypten

Prof. Lee Becker, Direktor, James M. Cox Jr. Center for International Mass Communication Training and Research, USA

"Qualifikationen eines US-Präsidenten: Was uns Sarah Palin über öffentliche Meinung und Meinungsforschung sagt"

Dr. Mahar Mangahas, SWS, Philippinen

"Herausforderung Wahlumfragen: SWS Erfahrungen auf den Philippinen"

2. Sitzung: Meinungsforschung in Deutschland

Dr. Andreas Jacobs, Landesbeauftragter der Konrad-Adenauer-Stiftung, Ägypten

Klaus-Peter Schöppner, Direktor, TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Deutschland

„Politische Meinungsforschung in Deutschland“

Dr. Helmut Jung, Geschäftsführer, GMS Dr. Jung GmbH, Deutschland

„Der Königsweg zu einer tieferen Einsicht – Qualitative und Quantitative Forschung für politische Kampagnenplanung“

3. Sitzung: Barometer öffentlicher Meinung

Dr. Qadry Hefny, Professor für Politische Psychologie, Geisteswissenschaftliche Fakultät, Ain Shams Universität, Ägypten

Dr. Basma Kodmani, Geschäftsführerin, Arabische Reforminitiative, Ägypten

Dr. Magued Osman, Vorsitzender des IDSC, Ägypten

Staatssekretär Wolfgang G. Gibowski, Bevollmächtigte des Landes Niedersachsen beim Bund, Gründer des "Politbarometer", Deutschland

"Präsentation von Umfrageergebnisse im Fernsehformat"

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

KAS-LÄNDERBÜRO ÄGYPTEN

09. November 2009

www.kas.de

2. Zielsetzung

Meinungsforschung wird besonders seit den letzten zehn Jahren in Ägypten immer stärker eingesetzt. Grund dafür ist vor allem das Bedürfnis von Seiten der Entscheidungsträger nach einer effektiveren Kommunikation mit der Bevölkerung. Die Regierung erhält dadurch nicht nur ein Feedback der Bevölkerung auf die verfolgte Politik sondern auch Informationen über die drängenden Themen in der Bevölkerung. Die KAS Ägypten veranstaltete in Zusammenarbeit mit dem Information and Decision Support Center des ägyptischen Kabinetts



(IDSC) für Wissenschaftler, Politikberater und politische Entscheidungsträger bereits die zweite internationale Fachkonferenz zum Thema Meinungsforschung. Diesmal lag der Fokus der Veranstaltung auf Meinungsforschung in sich wandelnden Gesellschaften. Die KAS Ägypten lud zu dieser Konferenz drei hochrangige deutsche Experten ein, die am 09.11., dem 20. Jahrestag des Mauerfalls, über die deutschen Erfahrungen im Bereich der Demoskopie referierten.

3. Ablauf

In der ersten Sitzung, unter der Leitung von **Dr. Aly El Din Helal**, Sekretär für Informationsangelegenheiten der Nationaldemokratischen Partei (NDP), sprach zunächst **Prof. Lee Becker**, Direktor des James M. Cox Jr. Center for International Mass Communication Training and Research. Er verdeutlichte am Beispiel von Umfragen zu den Vizepräsidenten-Qualifikationen von Sarah Palin die Bedeutung von offenen Fragen, um die Befragten, ihre Einstellungen und ihr Begriffsverständnis besser zu verstehen. So seien Eigenschaften, die Meinungsforscher

und die Elite weithin als "Qualifikationen für das Vizepräsidentenamt" verstanden von einigen Befragten ganz anders bewertet worden. Die Befragten sahen gerade in der Unqualifizierung Palins ihre Qualifizierung. Während Palins begrenzte Verbindungen zu Washington von der politischen Elite als Schwäche angesehen worden seien, seien sie von einigen Befragten als Stärke gewertet worden. Um solche unterschiedliche Begriffsverständnisse zu vermeiden, plädierte Prof. Becker für einen stärkeren Einsatz offener Fragen.

Dr. Mahar Mangahas stellte die Arbeit der philippinischen Social Weather Station (SWS) vor. Dabei ging er auch auf die Herausforderung ein, die sich SWS in der sich konsolidierenden Demokratie der Philippinen stellen. Besonders traditionelle Politiker stünden Wahlumfragen skeptisch gegenüber, da sie der Meinung seien, Wahlumfragen würden das Wahlergebnis negativ beeinflussen. Den tatsächlichen Grund für die Umfragen feindliche Haltung sah Dr. Mangahas jedoch eher in der Furcht der Politiker vor der Macht der Wähler begründet, die sich in freien und fairen Wahlen widerspiegeln. Das Verfassungsgericht habe allerdings politische Versuche, die Arbeit von Meinungsforschungsinstituten zu behindern, gestoppt und die freie Arbeit der Umfrageinstitute gestärkt.

Die anschließende Sitzung unter dem Vorsitz von **Dr. Andreas Jacobs** konzentrierte sich auf die deutschen Erfahrungen im Be-



reich der Meinungsforschung. Zunächst sprach **Klaus-Peter Schöppner**, Direktor der TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, über die politische Meinungsforschung in Deutschland. Auftraggeber politischer Meinungsforschung seien in Deutsch-

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

KAS-LÄNDERBÜRO ÄGYPTEN

09. November 2009

www.kas.de

land vornehmlich Parteien, Regierungen und Medien. Je nach Auftrag würden unterschiedliche Umfragetypen und Methoden angewandt. Das TNS Emnid biete neben der Sonntagsfrage und anderen Diensten auch die politische Markenanalyse an. Letztere analysiere die Inhalte der Äußerungen von Politikern und Parteien und stelle dem Selbstbild der Parteimitglieder und Funktionsträger das Fremdbild auf Seiten der Wähler gegenüber. Zudem werde die Werteverankerung der Wähler untersucht und in Form eines Wertesteckbriefs dargestellt. Weiter ging er dazu über, die Probleme der



Meinungsforschung darzustellen. In diesem Zusammenhang erwähnte er, dass die Umfragen in Expertenhand lägen, da es Politikern und Öffentlichkeit oft an methodischem Verständnis fehle, weshalb sie teilweise falsche Schlüsse zögen.

Dr. Helmut Jung, Geschäftsführer der GMS Dr. Jung GmbH, konzentrierte sich nach kurzen einleitenden Worten über sein Forschungsinstitut auf Telefonumfragen, die derzeit in Deutschland die einzig solide Basis für qualitative soziale und politische Forschung darstellten. Die Vorrangstellung der



Telefonumfragen liege besonders im leichten Zugang zu einer großen Bevölkerungs-

gruppe sowie in ihrer Kostengünstigkeit und Schnelligkeit begründet. Trotz der Vorteile wiesen quantitative Telefonumfragen auch Schwachstellen auf, etwa der Mangel an Hintergrundinformationen zu Motivationen oder Einstellungen der Befragten. Um einen besseren Einblick in die Motivationen der Befragten und damit der Bevölkerung zu erhalten, plädierte er für eine Verbindung von quantitativer und qualitativer Forschung. So sollten qualitative Instrumente, wie etwa Fokusgruppen, eingesetzt werden um die Defizite einer quantitativen Telefonumfrage auszugleichen. Auch bei der Planung von Wahlkampagnen sollten anfangs vor allem qualitative später quantitative Methoden eingesetzt werden, um die aus Sicht der Bevölkerung drängenden Themen zu identifizieren und die Wirkung der Politiker auf die Wähler besser feststellen zu können. Barometer öffentlicher Meinung waren Diskussionsgegenstand der Podiumssitzung, die **Dr. Qadry Hefny**, Professor für politische Psychologie an der Ain Shams Universität leitete. **Dr. Basma Kodmany**, Geschäftsführerin der arabischen Reforminitiative sprach in ihrem Vortrag über die Bedeutung von Meinungsbarometern im Zusammenhang mit Reformen. Barometer seien nicht nur wichtig um festzustellen, in welchen Bereichen die Bevölkerung besonders Reformbedarf sähe. Es gehe auch darum mittels Meinungsforschung eruieren zu können, wie bisherige Reformvorhaben von den Bürgern bewertet würden. Dies erlaube Entscheidungsträgern, ihre Informationspolitik anzupassen.

Dr. Magued Osman, Vorsitzender des IDSC, sprach über die ägyptischen Erfahrungen mit Meinungsbarometern und ging dabei besonders auf die Schwierigkeiten ein, die sich in Ägypten im Bereich der Umfrageerhebung stellten. Die bisher größte Hürde sei die Furcht der ägyptischen Bürger, ihre Meinung klar und deutlich zu äußern. Lediglich 33% der Befragten würden bei Umfragen ihre tatsächlichen Ansichten wiedergeben. Vor allem die Angst, dass die Aussagen zu einem späteren Zeitpunkt gegen sie verwendet würden, sei in Ägypten weit verbreitet. Hier sei es besonders an den Medien, über Meinungsforschung und deren Ablauf zu informieren und den Bür-

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

KAS-LÄNDERBÜRO ÄGYPTEN

09. November 2009

www.kas.de

gern ihre Furcht zu nehmen und sie zur freien Meinungsabgabe zu animieren.

Staatssekretär Wolfgang G. Gibowski stellte als Begründer des "Politbarometers" das bekannte deutsche Fernsehformat vor. Zunächst gab er einen kurzen Abriss der



Entstehungsgeschichte der Sendung seit den Siebziger Jahren. Danach präsentierte er der Hörerschaft den Aufbau des Fernsehformates und die verschiedenen Fragetypen, die leicht abgewandelt in regelmäßigen Abständen wiederholt gestellt würden. Dieses Vorgehen gebe nicht nur Aufschluss über die momentane Stimmung sondern auch über den Verlauf und Wandel der öffentlichen Meinung in Deutschland. Um dem



Publikum die praktische Umsetzung und die kurze und knappe Präsentation der Umfrageergebnisse vorzuführen, zeigte StS Gibowski abschließend einen kurzen Ausschnitt aus einer aktuellen Sendung des "Politbarometers".

4. Schlussfolgerung

Die Konferenz stellte detailliert verschiedenste Methoden und Techniken vor, die in unterschiedlichen Ländern im Bereich der Demoskopie angewandt werden. Schwierigkeiten sowie die Möglichkeiten und Grenzen der Meinungsforschung besonders in noch

nicht konsolidierten Demokratien wurden diskutiert.

Diese Konferenz kann als Ausdruck für das wachsende Interesse auf ägyptischer Seite, besonders der Entscheidungsträger, gewertet werden, die Expertise im Bereich der Meinungsforschung weiter auszubauen, um eine effektivere Kommunikation zwischen Bevölkerung und Regierung zu ermöglichen. Die Veranstaltung zeigte aber auch die Schwierigkeiten und Grenzen der Demoskopie auf. Besonders Entscheidungsträger und Medien sind in der Pflicht, der Bevölkerung nicht nur Meinungsforschung nahezubringen. Sie müssen vor allem ein Klima schaffen, in dem Befragte ohne Furcht ihre Meinung vertreten können. Nur so können Politik und Bevölkerung von Meinungsforschung im vollen Umfang profitieren.