Das ist keine neue Erkenntnis. Umso erstaunlicher ist es, dass viele Menschen sich immer noch an Umfrageergebnissen orientieren, um sich selbst ein Bild zu machen. Das gilt für Parteipräferenzen, wo wir den so genannten Bandwaggon-Effekt, also den Mitzieheffekt kennen. Es gilt sicher für die Meinungsbildung zu Personen wie im Fall Guttenberg. Und es gilt beispielsweise für die Einschätzung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage, wozu uns immer wieder tendenziöse Umfrageergebnisse, zum Beispiel von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) vorgesetzt werden. Mehrere unserer Leser verweisen auf die Widersprüchlichkeit in Umfragen zu Guttenberg. Danke. Albrecht Müller.

Wir zitieren einfach:

> „Mir ist heute zum wiederholten Mal aufgefallen, dass tel. Umfragen (0,50 €) pro Anruf deutlich positiver für zu Guttenberg ausfallen als Voten im Netz."
>
> Beispiel: n-tv stellt heute die Frage "*Ist Guttenberg als Verteidigungsminister noch glaubwürdig?*"
>
> Ergebnis heute 12:00 Uhr
>
> Im Netz unter n-tv.de:
>
> | | |
> |---|---|
> | Ja | 35% |
> | nein | 65 % |
>
> Telefonumfrage im TV:
>
> | | |
> |---|---|
> | ja | 75 % |
> | nein | 25 % |
>
> Gestern hat Bild mit der gleichen Methode gearbeitet. Bei Bild de. waren gestern Vormittag 85% gegen von Guttenberg als Verteidigungsminister. Danach wurde die Umfrage aus dem Netz genommen und durch eine Tel. Umfrage ersetzt …
>
> G.Sch."

Ein anderer Leser nennt die Links zur Demonstration der „Meinungsvielfalt" zu Umfragen bei BILD:

55 Prozent meinen, Guttenberg sollte zurücktreten.

Gestern Abend meinten 87 Prozent, Guttenberg solle bleiben.

Machen Sie bitte die Bild-Leser in Ihrem Bekanntenkreis auf dieses Verwirrspiel aufmerksam. Es macht wirklich keinen Sinn, sich damit zu beschäftigen.