

Die Geschichte der Umfrageforschung von den 1930er bis in die 1970er Jahre

Wissenschaftliche Arbeit
zur Erlangung des Grades eines Diplom-Handelslehrers
im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
der Universität Konstanz

Verfasser:

Sven Wettach
Kreuzlinger Str. 45a
78462 Konstanz

Bearbeitungszeit: 2 Monate

1. Gutachter: Prof. Dr. Sven Reichardt
2. Gutachter: Prof. Dr. Rainer Wirtz

Konstanz, 11. Januar 2006

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	IV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	V
1 EINLEITUNG.....	1
1.1 FRAGESTELLUNG UND AUFBAU	1
1.2 BEGRIFFSABGRENZUNGEN.....	5
2 DEUTSCHE UMFRAGEFORSCHUNG BIS ZUM ENDE DES ZWEITEN WELTKRIEGS	6
2.1 ERSTE UMFRAGEN IN DER KAISERZEIT	6
2.2 ANFÄNGE AKADEMISCHER SOZIALFORSCHUNG IN DER WEIMARER ZEIT	9
2.3 UMFRAGEFORSCHUNG IM NATIONALSOZIALISMUS.....	13
2.3.1 <i>Die Frage nach der Kontinuität empirischer Sozialforschung</i>	<i>13</i>
2.3.2 <i>Die Institutionalisierung der Marktforschung.....</i>	<i>16</i>
3 UMFRAGEFORSCHUNG IN DEN USA	21
3.1 DER URSPRUNG DER AMERIKANISCHEN UMFRAGEFORSCHUNG	21
3.2 THE POLISH PEASANT IN EUROPE AND AMERICA.....	24
3.3 METHODISCHE INNOVATIONEN	26
3.3.1 <i>Skalentechnik</i>	<i>26</i>
3.3.2 <i>Die Entdeckung der Repräsentativität</i>	<i>28</i>
4 AMERIKANISCHE UMFRAGEFORSCHUNG IN DEUTSCHLAND	36
4.1 DAS RE-EDUCATION-KONZEPT	36
4.2 DIE UMFRAGEFORSCHUNG DER AMERIKANISCHEN STREITKRÄFTE.....	38
4.3 ZIELE DER AMERIKANISCHEN SURVEYS UND DIE EINBEZIEHUNG DEUTSCHER WISSENSCHAFTLER	44
5 DIE ENTSTEHUNG UND ETABLIERUNG EINER EIGENSTÄNDIGEN DEUTSCHEN UMFRAGEFORSCHUNG.....	49
5.1 WEINHEIM UND DIE DISKUSSION ÜBER DAS RICHTIGE AUSWAHLVERFAHREN	49
5.2 AKADEMISCHE UMFRAGEFORSCHUNG	55
5.2.1 <i>Zwei Gründungsphasen.....</i>	<i>55</i>
5.2.2 <i>Die Blütezeit</i>	<i>60</i>

5.3	INSTITUTIONELLE UND METHODISCHE ENTWICKLUNG DER MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG	64
5.3.1	<i>Institutionelle Entwicklung</i>	64
5.3.2	<i>Methodische Entwicklung</i>	67
5.4	MEINUNGSFORSCHUNG	69
5.4.1	<i>Pro und Contra „Meinungsforschung“</i>	70
5.4.2	<i>Theorien über Beeinflussung durch Meinungsforschung</i>	72
5.4.3	<i>Der Einsatz von Umfragen im politischen Alltag</i>	77
5.4.4	<i>Meinungsforschung und die Parteien</i>	79
6	SCHLUSSBETRACHTUNG UND AUSBLICK	83
	LITERATURVERZEICHNIS	88
	ANHANG	VI
	ZUORDNUNG DER OMGUS-REPORTS ZU VERSCHIEDENEN THEMATISCHEN BEREICHEN	VI
	ÜBERSICHT DER BIS 1979 GEGRÜNDETEN MARKTFORSCHUNGSINSTITUTE	XII
	TABELLEN ZUR PHASENEINTEILUNG	XVI
	ERKLÄRUNG	XX

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Thematische Verteilung von in den USA im Zeitraum von 1910 bis 1928 durchgeführten <i>social surveys</i>	22
Abb. 2 Abweichung zwischen Vorhersage und Endergebnis bei der US-Präsidentschaftswahl 1936.....	31
Abb. 3 Verlauf der Stichprobengröße bei gegebenem Erwartungswert.....	33
Abb. 4 Einteilung der <i>OMGUS</i> -Berichte nach thematischen Schwerpunkten I.	42
Abb. 5 Einteilung der <i>OMGUS</i> -Berichte nach thematischen Schwerpunkten II	42
Abb. 6 Entwicklung von Lehre und Studium	61
Abb. 7 Neugründungen von Marktforschungsinstituten	67
Abb. 8 Kenntnisnahme von Wahlprognosen im Zeitverlauf	72
Abb. 9 Instrumentalisierung von Umfragen	77
Abb. 10 Zuordnung der Reporte nach Schwerpunkten.....	VII
Abb. 11 Übersicht der bis 1979 gegründeten Marktforschungsinstitute.....	XII
Abb. 12 Phaseneinteilung für die empirische Sozialforschung	XVII
Abb. 13 Phaseneinteilung für die Marktforschung	XVIII
Abb. 14 Phaseneinteilung für die Meinungsforschung.....	XIX

Abkürzungsverzeichnis

ADM	Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute
AIPO	American Institute of Public Opinion
DIVO	Deutsches Institut für Volksumfragen
Emnid	Erforschung der öffentlichen Meinung, Marktforschung, Nachrichten, Informationen, Dienstleistungen
HICOG	High Commission of Military Government
ICD	Information Control Division
IfD	Institut für Demoskopie Allensbach
infas	Institut für angewandte Sozialwissenschaft
NACP	National Archives College Park
OMGUS	Office of Military Government, US
OWI	Office of War Information
PWD	Psychological Warfare Division
SFK	Sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut der Konrad-Adenauer-Stiftung
SHAEF	Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force
USSBS	United States Strategic Bombing Survey
VfS	Verein für Socialpolitik
WWI	Wirtschaftswissenschaftliches Institut

1 Einleitung

1.1 Fragestellung und Aufbau

Das Ziel dieser Arbeit ist es, eine historische Studie über die Entstehung der modernen Umfrageforschung in Deutschland vorzulegen. Dies geschieht anhand der Darstellung institutioneller Veränderungen, wichtiger methodischer Innovationen sowie ausgewählter Diskussionen zu verschiedenen fachspezifischen Aspekten. In Verbindung damit wird eine Einteilung der deutschen Umfrageforschung in verschiedene Phasen vorgelegt, die Kapiteleinteilung stellt bereits eine erste Grobgliederung dar. Im Zusammenhang mit der Herausarbeitung einzelner Phasen¹ wird der Frage nachgegangen, ob es von der Entstehung bis zur Etablierung der Umfrageforschung einen kontinuierlichen Prozess gab oder ob die Entwicklung durch Brüche und Neuanfänge gekennzeichnet war. Aufgrund der häufigen Wechsel des politischen Systems in Deutschland im betrachteten Zeitraum - von der Monarchie, zur Weimarer Republik, zur nationalsozialistischen Diktatur, zur amerikanischen Militärregierung und schließlich zur neu entstandenen Bundesrepublik - ist eine lineare Entwicklung eher nicht zu erwarten.

Die gewählte Zeitspanne ist sachlogisch folgendermaßen zu begründen: Erste größere Arbeiten, die heutigen Ansprüchen, die wir an Umfragen stellen, Genüge leisten, lassen sich auf den Beginn der dreißiger Jahre datieren. Ungefähr zeitgleich erfolgten erste Verankerungen auf institutioneller Ebene, obgleich diese aufgrund der nationalsozialistischen Machtergreifung für die akademische Sozialforschung nur von kurzer Dauer waren. Zum Ende des gewählten Zeitraumes in den siebziger Jahren kam es zur vollständigen Etablierung der Umfrageforschung in Deutschland. Die wichtigsten Kriterien für die Etablierung sind die institutionelle Verankerung an Universitäten sowie eine

¹ Christoph WEISCHER hat in seiner Dissertation aus dem Jahre 2004 eine Einteilung in andere Phasenabschnitte vorgenommen. Er unterscheidet zwischen drei großen Phasen der empirischen Sozialforschung der Bundesrepublik: Der Gründungsphase (1949-1965), der »Großen Zeit« der empirischen Sozialforschung (1965-1980) sowie der empirischen Sozialforschung im »Normalbetrieb« (seit 1980). Als Abgrenzungskriterien dienen ihm vorrangig die Gründung von Forschungsinstituten, die Einrichtung von Lehrstühlen, der Übergang an den Lehrstühlen auf die Nachkriegsgeneration von Soziologen, soziologische Diskurse sowie das Niveau der staatlichen Förderung. Vgl. WEISCHER, Christoph: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung'. Strukturen, Praktiken und Leitbilder der Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland. München 2004. S. 35f.

Vielzahl privatwirtschaftlicher Einrichtungen, die ein breit gefächertes Spektrum an Leistungen anbieten. Die im zweiten und dritten Kapitel dargestellten Entwicklungen zur Umfrageforschung im Kaiserreich sowie den USA sind für das Verständnis zur Entwicklung der Umfrageforschung in Deutschland notwendig und wurden deshalb hier aufgenommen. Als Ganzes betrachtet, deckt der untersuchte Zeitraum alle Phasen von der Entstehung bis zur Etablierung der modernen Umfrageforschung in Deutschland ab.

Die Arbeit ist in vier Hauptteile untergliedert, wobei der Aufbau chronologisch geordnet ist. Die ersten beiden Teile (Kapitel 2 und 3) betrachten die Umfrageforschung im deutschsprachigen Raum sowie in den USA, jeweils bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs. Der dritte Teil (Kapitel 4) behandelt die Phase bis zur Gründung der Bundesrepublik, während der vierte Teil (Kapitel 5) weiter bis zum Ende der siebziger Jahre reicht. In allen vier Teilen wird der jeweilige „Stand“ der Umfrageforschung untersucht. Mit „Stand“ ist dabei die Ausprägtheit der Umfrageforschung auf universitärer und privatwirtschaftlicher Ebene gemeint. Weiter sind die Initiatoren der Untersuchungen sowie die jeweils vorrangig behandelten Themen von Interesse. Eine tabellarische Übersicht hierzu findet sich in den Abbildungen 12 bis 14 im Anhang wieder. Die Gewichtung der einzelnen Felder der Umfrageforschung² - empirische Sozial-, Markt- und Meinungsforschung - innerhalb der einzelnen Kapitel variiert abhängig davon, für wie elementar die Entwicklungen auf dem jeweiligen Gebiet erachtet wurden.

Das auf die Einleitung folgende Kapitel beschäftigt sich zunächst mit den Ursprüngen der Umfrageforschung im Deutschen Reich im 19. Jahrhundert und ihrer Entwicklung bis in die zwanziger Jahre des letzten Jahrhunderts. Gegen Ende der Weimarer Republik, kam es im deutschsprachigen Raum zu bedeutenden methodischen Fortschritten. Als Beleg hierfür werden Arbeiten der Gruppen um Erich FROMM in Frankfurt und Paul F. LAZARSELD in Wien vorgestellt. In den Jahren des Nationalsozialismus trennten sich die Wege von Sozial- und Marktforschung. Während Erstere in ihrem Wirken stark einge-

² Aufgrund des engen zeitlichen Rahmens wurde auf eine Darstellung der Entwicklung der amtlichen Statistik, die ebenfalls zur Umfrageforschung gehört, verzichtet. Die Wahl fiel deshalb auf die amtliche Statistik, da sie als der Teil angesehen wurde, auf den am ehesten verzichtet werden konnte.

schränkt wurde, kam es mit der *Gesellschaft für Konsumforschung* zur Gründung des ersten privatwirtschaftlich organisierten Marktforschungsinstituts. Ein weiterer Aspekt in diesem Kapitel zeigt in Grundzügen die Diskussion um die Frage nach der Kontinuität der empirischen Sozialforschung von der Weimarer Republik zum NS-Staat sowie von diesem zur Bundesrepublik auf.

Das dritte Kapitel betrachtet die Vereinigten Staaten. Dort wurden im Bereich der Umfrageforschung wegweisende Fortschritte gemacht. Es werden eine die akademische amerikanische Sozialforschung prägende Studie sowie, etwas ausführlicher, Entwicklungen auf methodischer Ebene vorgestellt. Diese Entwicklungen erfolgten vor allem in den dreißiger Jahren und begründeten die moderne Umfrageforschung. Sie sind daher auch für die spätere Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik elementar.

Das vierte Kapitel betrachtet wiederum die Geschehnisse in Deutschland. Aufgrund eines bereits frühzeitig ausgearbeiteten Konzeptes für die Nachkriegszeit erreichten nach dem Zweiten Weltkrieg die zuvor in den USA entwickelten Techniken Deutschland. Dort wurden sie von amerikanischen Stellen benutzt, um die Lage der deutschen Bevölkerung hinsichtlich verschiedener, für die Arbeit der Besatzungsbehörden wichtiger Fragen, zu erfahren.

Das fünfte und umfassendste Kapitel behandelt die Entstehung einer eigenständigen bundesrepublikanischen Umfrageforschung und deren Etablierung. Die Grundlage hierfür war der durch die USA initiierte Kulturtransfer auf dem Gebiet der Umfrageforschung. Ungeachtet kontroverser Auseinandersetzungen über methodische Fragen, kam es nach dem Krieg rasch zu einer Institutionalisierung sowohl der akademischen als auch der privatwirtschaftlichen Umfrageforschung. Die Entwicklungen, die beide bis in die siebziger Jahre genommen haben, sind ausführlicher Gegenstand der weiteren Betrachtung. Im letzten Abschnitt wird die Entwicklung der politischen Meinungsforschung in der Bundesrepublik betrachtet.

Die Anzahl der bisher veröffentlichten Gesamtdarstellungen zur Umfrageforschung in Deutschland ist überschaubar und behandelt schwerpunktmäßig den akademischen Bereich, während die Markt- und Meinungsforschung in diesen Darstellungen eher als Mitläufer agieren. Die erste historische Studie³ zur

³ Vgl. KRÜKE, Anja: Rezension zu Christoph WEISCHER: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung'. Strukturen, Praktiken und Leitbilder der Sozialforschung in der Bundesrepu-

Geschichte der empirischen Sozialforschung der Bundesrepublik hat Christoph WEISCHER 2004 vorgelegt. Wie der Titel seiner Arbeit aussagt, beschränkt er sich im Wesentlichen auf die Zeit ab 1949 und tangiert die Markt- und Meinungsforschung nur. Für die Zeit bis zum Beginn des Ersten Weltkriegs hat Anthony OBERSHALL (*Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848-1914*) eine Gesamtdarstellung vorgelegt. Horst KERN (*Empirische Sozialforschung. Ursprünge, Ansätze, Entwicklungstendenzen*) beleuchtet darüber hinaus die Weimarer- und die NS-Zeit sowie auch die ersten Jahre der Bundesrepublik. Für den Bereich „Marktforschung“ hat Clodewig KAPFERER ein kleines Überblickswerk verfasst (*Zur Geschichte der deutschen Marktforschung*).

Der Großteil der Literatur, der die in dieser Arbeit thematisierten Gesichtspunkte behandelt, besteht hingegen aus Darstellungen zu Einzelaspekten. Von diesen war für den Zeitraum von der Kaiserzeit bis zum Ende der Weimarer Republik die Arbeit von Wolfgang BONSS (*Kritische Theorie und empirischen Sozialforschung*) ein wichtiger Orientierungspunkt. Für das dritte Kapitel war der von KERN in seinem bereits erwähnten Buch geführte Exkurs zur Umfrageforschung in den USA die Grundlage. Zu den Umfragen der amerikanischen Militärregierung in Deutschland legte Uta GERHARDT wichtige Arbeiten vor (*Der Einfluss der USA, Re-Education als Demokratisierung der Gesellschaft und Zweimal Surveyforschung. Der Neuanfang der empirischen Sozialforschung in Westdeutschland nach 1945*⁴). Die Arbeiten von Anja KRÜKE (*Der Kampf um die politische Deutungshoheit und „Responsivität“ als Form der Medialisierung: Wie mit Meinungsforschung Meinung gemacht wird*⁵) waren die Grundlage für den Bereich der politischen Meinungsforschung. Für methodische Gesichtspunkte war im besonderen Maß *Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie* von Elisabeth NOELLE-NEUMANN und Thomas PETERSEN eine wertvolle Hilfe.

blik Deutschland, URL: <http://www.sehepunkte.historicum.net/2005/10/pdf/6922.pdf> (Stand: 17.11.05).

⁴ An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei Uta GERHARDT für die freundliche Überlassung der Vortragsfassung „Zweimal Surveyforschung“ bedanken. Der Artikel ist anlässlich einer Tagung des DFG-Sonderforschungsbereichs "Die Entstehung des Neuen" entstanden. Die Veröffentlichung ist für 2006 vorgesehen.

⁵ Ebenfalls herzlich bedanken möchte ich mich bei Anja KRÜKE für die Zusendung des Manuskriptes zu ihrem Aufsatz „Responsivität“ bedanken. Ihr Aufsatz wird in Kürze veröffentlicht werden.

1.2 Begriffsabgrenzungen

Einleitend werden die zentralen Begriffe - „Marktforschung“, „Meinungsforschung“, „empirische Sozialforschung“ sowie „Umfrageforschung“ - von einander abgegrenzt und ihre Verwendung in dieser Arbeit erläutert.⁶

Der Begriff „Umfrageforschung“ wird in dieser Arbeit als Überbegriff für die „empirische Sozialforschung“, die „Marktforschung“ und die „Meinungsforschung“ verwendet. Als Kriterium zur Abgrenzung dient neben dem inhaltlichen Schwerpunkt der institutionelle Rahmen. „Empirische Sozialforschung“ findet eher im akademischen Rahmen an Hochschulen statt und beschäftigt sich mit Sozial und- Grundlagenforschung (beispielsweise die soziologische Struktur der Bevölkerung, sozialwissenschaftliche Untersuchungen über die Situation der Jugend oder die Beziehungen zwischen den Tarifpartnern)⁷. Im Unterschied hierzu finden „Marktforschung“ und „Meinungsforschung“ grundsätzlich im privat organisierten, d.h. kommerziellen Rahmen statt. Das Unterscheidungskriterium zwischen diesen beiden ist im jeweiligen Betätigungsfeld zu sehen. Während die „Marktforschung“ sich vor allem mit Fragen die Absatzmärkte betreffend befasst, wird die „Meinungsforschung“ in dieser Arbeit auf Umfragen zu politischen Fragestellungen und insbesondere Wahlumfragen reduziert. Dies geschieht, um die beiden in der Praxis häufig eng miteinander verbundenen Gebiete der Markt- und Meinungsforschung getrennt voneinander beobachten zu können.

⁶ Für eine Darstellung der historischen Entwicklung der Begriffe siehe FRÖHNER, Rolf: Zur Problematik der Meinungsforschung, in: SCHMIDT, Robert, H.: Methoden der Politologie. Darmstadt 1967, S. 386-415; KAPFERER, Clodwig: Zur Geschichte der deutschen Marktforschung. Aufzeichnungen eines Mannes, der dabei war. Hamburg 1994 sowie WEISCHER: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung'.

⁷ Vgl. FRÖHNER: Zur Problematik der Meinungsforschung, S. 390.

2 Deutsche Umfrageforschung bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs

2.1 Erste Umfragen in der Kaiserzeit

Entgegen einer weit verbreiteten Meinung sind Bevölkerungsumfragen keine amerikanische Erfindung, sondern haben ihren Ursprung in Europa. Die erste überlieferte Umfrage fand unter Karl dem Großen statt, der sich durch einen im Wortlaut einheitlichen Fragenkatalog ein Bild über den Zustand der Kirchen, der Priester und der Moral machen wollte.⁸ In Deutschland kam es ab Mitte des 19. Jahrhunderts verstärkt zu Umfragen. Der Großteil der bis zum Ersten Weltkrieg durchgeführten Untersuchungen war dabei nicht vorwiegend wissenschaftlich motiviert, sondern es sollte vielmehr evaluiert werden, wo praktische Reformen und die Sozialgesetzgebung ansetzen müssten.⁹ Schwerpunkte dieser Forschung waren die so genannten „einfachen Leute“ und die Folgen der aufkommenden Industrialisierung. „Mit dem Zusammenbruch der Feudalverfassung und dem Einzug des Kapitalismus endete zunächst die Übersehbarkeit des sozialen Geschehens. Sie wiederherzustellen, wird Aufgabe der vielfältig sich entwickelnden Sozialwissenschaften“¹⁰, so Hans ZEISEL.

Nachdem in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts die neue Wissenschaft „Volkswirtschaftslehre“ der „Moralstatistik“ den Rang ablief, wurde der 1872 gegründete *Verein für Socialpolitik (VfS)* zur treibenden Kraft der empirischen Sozialforschung. Die im Verein tätigen Nationalökonominnen unternahmen zahlreiche sozialwissenschaftliche Untersuchungen bei Bauern und Landarbeitern¹¹ (z.B. *Der Wucher auf dem Lande*¹² oder *Die Verhältnisse der Landarbeiter*¹³).

⁸ Vgl. NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Vierzig Jahre, in: Institut für Demoskopie: Demoskopie und Aufklärung. Ein Symposium. München 1988, S. 63.

⁹ Vgl. GALLUS, Alexander/LÜHE, Marion: Öffentliche Meinung und Demoskopie. Opladen 1998, S. 58f.

¹⁰ JAHODA, Marie/LAZARFELD, Paul F./ZEISEL, Hans: Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch. Frankfurt 1975, S. 113.

¹¹ Vgl. OBERSHALL, Anthony: Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848-1914. München 1997, S. 27.

¹² Verein für Socialpolitik: Wucher auf dem Lande. Berichte und Gutachten. Leipzig 1887.

¹³ Verein für Socialpolitik: Die Verhältnisse der Landarbeiter Nordwestdeutschland (Oldenburg; Provinz Hannover: Reg.-Bez. Aurich, Osnabrück, Hannover nördl. Teil, Stade, Lüneburg; Bremen; Lippe-Detmold; Schaumburg-Lippe; Provinz Hessen-Nassau: Kreis Rinteln; Provinz Westfalen; Waldeck), Württemberg, Baden und in den Reichslanden. Leipzig 1892. Des

„Diese Untersuchungen, die in der Regel als schriftliche »Expertenbefragungen« abliefen, waren allerdings in Ansatz und Durchführung noch äußerst bescheiden. Da die angeschriebenen »Experten« je nach Thema Gutsbesitzer bzw. Unternehmer, Lehrer, Kapläne oder Beamte waren, beinhalteten die veröffentlichten Ergebnisse nicht selten wenig konkrete Informationen über die tatsächlichen Verhältnisse, als vielmehr handfeste standesbedingte Vorurteile“¹⁴,

so BONSS. Bereits Zeitgenossen äußerten Kritik an der Art der Datenerhebung. Der ebenfalls dem VfS angehörende Sozialstatistiker Gottlieb SCHNAPPER-ARNDT übte scharfe methodische Kritik¹⁵, indem er die schichten- bzw. persönlichkeitspezifischen Verzerrungen der Wucherenquête anprangerte¹⁶. OBERSHALL kommt zu dem Ergebnis, dass die Umfragen des VfS für die Methoden der Sozialforschung keinen Fortschritt erbrachten.¹⁷

In kleinerem Umfang wurden indessen bereits in dem nach 1890 einsetzenden zweiten Abschnitt der Gründungsphase methodische Fortschritte erreicht, in dem „[...] man vom unkommentierten Abdruck disparater »lokaler Stimmungsbilder« zur Erarbeitung von umfassenden Auswertungen nach teilweise standardisierten Kriterien übergang.“¹⁸ Die Datenerhebung wurde als unbefriedigend befunden. Als Beispiel mag hierzu die Studie des VfS über Landarbeiter aus dem Jahre 1892 gelten, die einseitig die Zeugnisse der Arbeitgeber berücksichtigte, da „[d]er landwirtschaftliche Arbeiter [...] in den meisten Fällen geistig so wenig entwickelt und über sein Selbstinteresse so wenig klar [ist], daß eine kurze Vernehmung wahrscheinlich wenig Bedeutsames und Wertvolles zutage gefördert haben würde[...]“¹⁹.

Abweichend von dieser Ansicht führten Paul GÖHRE²⁰ 1891 und zwei Jahre später Minna WETTSTEIN-ADEL²¹ viel beachtete Umfragen durch, in denen sie sich ausdrücklich um eine Beschreibung der subjektiven Selbstein-

Weiteren waren die Verhältnisse der Landarbeiter im ostelbischen sowie süddeutschen Raum Untersuchungsgegenstand.

¹⁴ BONSS, Wolfgang: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung. Anmerkungen zu einem Fallbeispiel, in: FROMM, Erich: Arbeiter und Angestellte am Vorabend des Dritten Reiches. Eine sozialpsychologische Untersuchung. Stuttgart 1980, S. 16f.

¹⁵ Vgl. GALLUS/LÜHE: Öffentliche Meinung und Demoskopie, S. 59.

¹⁶ Vgl. BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 40, Fußnote 25.

¹⁷ Vgl. OBERSHALL: Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848-1914, S. 27.

¹⁸ BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 17.

¹⁹ Verein für Socialpolitik: Die Verhältnisse der Landarbeiter in Nordwestdeutschland, S. XII.

²⁰ GÖHRE, Paul: Drei Monate als Fabrikarbeiter und Handwerksbursche. Leipzig 1891.

²¹ WETTSTEIN-ADEL, Minna: 3 1/2 Monate Fabrikarbeiterin. Berlin 1893.

schätzungen der Befragten bemühte.²² An jene beiden Studien schlossen sich um die Jahrhundertwende von den historischen Nationalökonomern favorisierte Untersuchungen über „[...] die soziale und moralische Entwurzelung durch die Arbeit in Fabriken und das Leben in der Stadt [...]“²³ an, wie etwa die Untersuchungen *Die Soziale Lage der arbeitenden Klassen in Berlin*²⁴ oder *Die Lage der weiblichen Dienstboten in Berlin*²⁵. Das Interesse des Publikums an diesen ausgewählten Studien erklärt BONSS mit dem, „[...] was man das moralisierende Interesse an einer »fremden Lebenswelt« nennen könnte, denn was die Arbeiter dachten und wieso sie den von der Sozialdemokratie vertretenen Forderungen angingen, war im Gegensatz zu den allmählich wachsenden Informationen über ihre »objektive Lage« weithin unbekannt.“²⁶

Um die Jahrhundertwende zeichnete sich eine wachsende Vielfalt in der Sozialforschung ab. Themen wurden enger begrenzt und dafür intensiver behandelt. Es wurden Dokumente verschiedener Institutionen zur Analyse eingesetzt und der Kreis derjenigen, die Studien machten, erweiterte sich um interessierte Personen, die nicht Professoren waren. Ein Beispiel für methodische Veränderungen war der Übergang von „Lageberichten“ hin zu einer theoriegeleiteten Empirie. Für die *Untersuchung über die Auslese und Anpassung (Berufswahl und Berufsschicksal) der Arbeiter in der Großindustrie des VfS 1910* schlug Max WEBER zur Datengewinnung eine Doppelstrategie vor: Einerseits sollten Lohnlisten und Personalunterlagen ausgewertet, andererseits Interviews mit Arbeitern geführt werden. Für diese Interviews wurde ein 27 Punkte umfassender Fragebogen entwickelt, der neben der materiellen auch die psychische Situation der Befragten erfassen sollte, was aber nur in geringem Maße gelang.²⁷

Die zwei Jahre später von Adolf LEVENSTEIN durchgeführte Studie *Die Arbeiterfrage* ist ein Beispiel für eine Umfrage, die ihren Ursprung nicht im akademischen Milieu hatte. LEVENSTEIN, ein Arbeiter und Autodidakt, konzentrierte sich auf den „[...] Zusammenhang zwischen Technik und

²² Vgl. BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 17.

²³ OBERSHALL: Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848-1914, S. 28.

²⁴ HIRSCHBERG, Ernst: Die Soziale Lage der arbeitenden Klassen in Berlin. Berlin 1897.

²⁵ STILLICH, Oscar: Die Lage der weiblichen Dienstboten in Berlin. Berlin 1902.

²⁶ BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 17.

²⁷ Vgl. ebenda, S. 17.

Seelenleben und [die] daraus resultierenden Wirkungen [...]“²⁸ und verwendete dabei erstmals Beschreibungen anschaulicher Situationen, um von den Probanden „[...] Einstellungen, Motive und Eigenschaften zu erfahren, die durch direkte, abstrakte Befragung kaum zu ermitteln sind.“²⁹ Diese groß angelegte Umfrage über Meinungen und Attitüden hatte gleichwohl kaum eine Wirkung auf die zeitgenössische akademische Welt.³⁰ Ebenso blieb der empirischen Sozialforschung, trotz des tatkräftigen Engagements der beiden einflussreichen Wissenschaftler Max WEBER und Ferdinand TÖNNIES, die Institutionalisierung und universitäre Etablierung zunächst versagt.³¹

2.2 Anfänge akademischer Sozialforschung in der Weimarer Zeit

Nach dem ersten Weltkrieg und dem Tode von Max WEBER vererbten die einschlägigen Untersuchungen fast völlig. Erst in der zweiten Hälfte der zwanziger Jahre ist wieder ein quantitatives Ansteigen der Umfragen festzustellen. Dabei lösten die Gewerkschaften akademische Kreise als Auftraggeber für Untersuchungen ab. Schwerpunkte der Forschung waren weiterhin die Arbeiter und Angestellte. Die Gewerkschaften erhofften sich durch eine genauere und umfassendere Kenntnis der Lage ihrer Mitglieder zusätzliche Argumente für die tarifpolitischen Auseinandersetzungen mit den Arbeitgebern.³² Diese Studien, beispielsweise *Die wirtschaftliche und soziale Lage der Angestellten*³³, waren „[...] rein deskriptiver Natur und bezogen sich nur auf die »objektive« Lage der Beschäftigten, nicht jedoch auf ihre subjektiven Einstellungen und Verhaltensweisen [...]“³⁴.

²⁸ LEVENSTEIN, Adolf: Die Arbeiterfrage. Mit besonderer Berücksichtigung der sozialpsychologischen Seite des modernen Großbetriebes und der psycho-physischen Einwirkungen auf die Arbeiter. München 1912, S. 1.

²⁹ GALLUS/LÜHE: Öffentliche Meinung und Demoskopie, S. 60.

³⁰ Vgl. ebenda, S. 60.

³¹ Vgl. OBERSHALL: Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848-1914, S. 30f. sowie GALLUS/LÜHE: Öffentliche Meinung und Demoskopie, S. 60.

³² Vgl. BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 21.

³³ Gewerkschaftsbund der Angestellten: Die wirtschaftliche und soziale Lage der Angestellten. Ergebnisse aus der großen sozialen Erhebung des Gewerkschaftsbundes der Angestellten. Berlin 1931.

³⁴ BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 21.

Im Jahre 1929 entstand nach einer langen Pause wieder eine akademische Studie³⁵, die das Proletariat zum Forschungsgegenstand hatte. Die Gruppe um Erich FROMM, Max HORKHEIMER, Theodor ADORNO sowie Ludwig MARCUSE am Frankfurter *Institut für Sozialforschung*³⁶ versuchte gegenüber den früheren deutschen Studien diese in dreierlei Hinsicht weiterzuentwickeln: Zunächst vertrat die Forschergruppe die Ansicht, dass „[...] die Ausarbeitung einer Theorie der gesellschaftlichen Entwicklung, von einer allgemeinen Zunahme des empirischen Wissens abhängt [...]“³⁷. Daher sollte eine grundlegende Forschung über die Empirie betrieben werden. Weiter sollten die untersuchten Bewusstseinshaltungen nicht nur isoliert beschrieben werden, sondern es sollte versucht werden, diese auf zwei Ebenen zu beschreiben: „[...] auf der Makroebene über einen Vergleich von »Daten über gruppenspezifische individuelle Einstellungen und Persönlichkeitsstrukturen« [...] mit »einer Reihe von objektiven Daten wie Einkommen, Beruf, Familienstand« [...] und auf der Mikroebene anhand einer systematischen Strukturanalyse von Einzelfällen.“³⁸ Dies bedeutete, als letzte der drei Weiterentwicklungen, „[...] eine bisher kaum praktizierte Kombination von *quantitativen* Techniken der schriftlichen Massenbefragung mit psychoanalytisch fundierten *qualitativen* Verfahren, die es ermöglichen sollte, die Erarbeitung repräsentativ-flächendeckender Aussagen mit der »Aufdeckung von Persönlichkeitsbezügen« [...] zu verbinden.“³⁹

In den *Studien zur Autorität und Familie*, die FROMM in Zusammenarbeit mit Hilde WEISS⁴⁰ durchführte, wurde der bereits bei LEVENSTEIN eingesetzte Fragebogen weiterentwickelt und die Anzahl der Fragen ungefähr verzehnfacht. Dies bewirkte allerdings eine große Anzahl an unvollständig ausgefüllten Bögen sowie eine mit circa 33 Prozent gegenüber LEVENSTEIN nur knapp halb so

³⁵ FROMM, Erich: Arbeiter und Angestellte am Vorabend des Dritten Reiches. Eine sozialpsychologische Untersuchung. Stuttgart 1980.

³⁶ Mit der Ernennung HORKHEIMERs zum Direktor wandte sich das zuvor eher orthodox-marxistische Institut verstärkt der empirischen Untersuchung der psychischen Struktur von Arbeitern und Angestellten zu. Vgl. DIEKMANN, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbeck 1998, (4., durchgesehene Auflage), S. 94.

³⁷ FROMM, Erich: Arbeiter und Angestellte am Vorabend des Dritten Reiches. Eine sozialpsychologische Untersuchung. Stuttgart 1980, S. 51.

³⁸ BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 22.

³⁹ Ebenda, S. 22. Hervorhebungen wie im Original.

⁴⁰ Institut für Sozialforschung: Studien über Autorität und Familie. Forschungsbericht des Instituts für Sozialforschung. Paris 1936.

hohe Rücklaufquote⁴¹. Eine Neuerung in der Ausgestaltung des Fragebogens „[...] bestand in einer »einfachen deskriptiven Darstellung der Antworten« [...], die darauf zielte, die nicht-standardisierten, individuellen Stellungnahmen zu klassifizieren und damit vergleichbar zu machen.“⁴²

Ähnlich wie später Paul F. LAZARSELD unterschied FROMM dabei zwischen zwei Klassifikationsarten, nämlich einer „deskriptiven“ und einer „interpretativen“. Erstere bezeichnet jene Klassifikationen, bei denen die Antworten der Probanden zugleich als systematische Kategorien benutzt werden konnten, während bei Letzteren die jeweiligen Äußerungen auf ein darüber hinausgehendes, theoretisch reflektiertes Kategorienmuster bezogen wurden.⁴³ Der nur unvollständig eingelöste Anspruch⁴⁴ der interpretativen Klassifikation war, die „[...] ursprünglichen Antworten in die Sprache der zugrunde liegenden Persönlichkeitszüge [zu] übersetzen“⁴⁵, um diese einem politischen Rechts-Links-Schema zuordnen zu können. Um den „inneren Bezug“ der Probanden zu ihrem jeweiligen politischen Schema zu untersuchen, bauten die Forscher neben Fragen, die direkt die Parolen der Parteien ansprachen, Überprüfungsfragen ein. Auf diesem Weg sollten die zuvor bei den gestellten Fragen angegebene Haltung überprüft werden. Anhand dieser konnte bei der Auswertung festgestellt werden, inwieweit die Befragten tatsächlich mit dem Programm ihrer Partei übereinstimmten. Zudem wurde bei der Analyse versucht, Zusammenhänge zwischen den klassifizierten Einstellungen, der politischen Orientierung und dem beruflichen Status herauszufiltern. Methodisch waren diese Elemente der Auswertung den bis dato angewandten weit überlegen. Ebenso unterschied sich FROMM von anderen Fachvertretern dadurch, dass „[...] er mit seinen Zahlen nicht »beweisen«, sondern nur »Tendenzen« aufzeigen wolle.“⁴⁶

Die Arbeit zur wohl bekanntesten deutschsprachigen Studie der Weimarer Zeit wurde 1930 am *Psychologischen Institut* in Wien begonnen. Für *Die Arbeitslosen von Marienthal* verwendeten Marie JAHODA, LAZARSELD und ZEISEL

⁴¹ Die Rücklaufquote gibt an, wie viel Prozent der ausgegebenen Fragebögen beantwortet zurückgekommen sind.

⁴² BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 34.

⁴³ Vgl. ebenda, S. 35.

⁴⁴ Vgl. ebenda, S. 35.

⁴⁵ FROMM: Arbeiter und Angestellte am Vorabend des Dritten Reiches, S. 64.

⁴⁶ BONSS: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung, S. 37.

bereits eine Art „Mehrebenen-Mehrmethoden-Ansatz“⁴⁷. Die Forschergruppe wollte sich dabei

„[...] nicht damit begnügen, Verhaltens-Einheiten einfach zu »zählen«; unser Ehrgeiz war es, komplexe Erlebnisweisen empirisch zu erfassen. Der oft behauptete Widerspruch zwischen »Statistik« und phänomenologischer Reichhaltigkeit war sozusagen vom Anbeginn unserer Arbeiten »aufgehoben«, weil gerade die Synthese der beiden Ansatzpunkte uns als die eigentliche Aufgabe erschien“⁴⁸,

so LAZARSELD in seinem Vorwort zur 1960 aufgelegten Ausgabe der Studie. Zwei Aufgaben waren den Forschern nach eigenen Angaben von Anfang an wichtig: (i) eine inhaltliche, d.h. dem Streben etwas zur Lösung des Problems der Arbeitslosigkeit beizutragen, (ii) eine methodische, d.h. zu versuchen, einen sozialpsychologischen Tatbestand umfassend und objektiv darzustellen.⁴⁹ Am Ende der Erhebungstätigkeit lagen den Forschern Katasterblätter, Lebensläufe, Zeitverwendungsbögen, Anzeigen und Beschwerden, Schulaufsätze, Essenspläne, diverse Protokolle, statistische Daten, historische Angaben sowie Bevölkerungs- und Haushaltsstatistiken als Quellen zur Auswertung vor.⁵⁰ Die Wiener Forscher orientieren sich dabei konzeptionell an amerikanischen Vorbildern wie den *Middletown-Studien* des Ehepaares Helen und Robert S. LYND, die erstmals in den zwanziger Jahren durchgeführt und in den dreißiger Jahren wiederholt wurden.⁵¹

Somit lässt sich festhalten, dass es bis zum Jahr 1933 zur Gründung einiger universitärer Institute, wie in Frankfurt und in Wien, kam. Im Bereich der privatwirtschaftlichen Umfrageforschung gab es jedoch noch keinerlei Institutsgründungen. Erste moderne methodische Ansätze waren ebenso wie fähige Wissenschaftler vorhanden, doch die nationalsozialistische Regierungsübernahme verhinderte eine Weiterentwicklung der akademischen Umfrageforschung. Im nächsten Abschnitt wird gezeigt werden. Ein amerikanischer Beobachter schrieb 1950, „[...] dass vor allem diejenigen Forscher aus

⁴⁷ Vgl. KNOLL, Reinhard/MAJCE, Reinhard/WEISS, Hilde/WIESNER, Georg: Der österreichische Beitrag zur Soziologie von der Jahrhundertwende bis 1938, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 23, 1981, S. 93.

⁴⁸ JAHODA/LAZARSELD/ZEISEL: Die Arbeitslosen von Marienthal, S. 14.

⁴⁹ Vgl. ebenda, S. 9.

⁵⁰ Vgl. ebenda, S. 26f.

⁵¹ LYND, Robert S./LYND, Helen: *Middletown. A Study in Modern American Culture*. New York 1929 sowie dieselben: *Middletown in Transition*. New York 1937.

Deutschland vertrieben worden seien, die die neue Wissenschaft hätten entwickeln können.“⁵²

Die Emigration, u.a. von FROMM, HORKHEIMER, ADORNO sowie LAZARFELD, ZEISEL und JAHODA wog umso schwerer, da sich bis dato nur wenige wissenschaftliche Gruppen auf universitärer Ebene mit empirischer Sozialforschung beschäftigten, ohne dass die empirische Sozialforschung als solche, „[...] als Disziplin eigener Art konstituiert gewesen wäre.“⁵³ Dass dem so war, lag auch daran, dass Problembereiche, die Gegenstand der Sozialforschung hätten werden können, in Deutschland von benachbarten Disziplinen wie der Psychologie, der Pädagogik oder der Wirtschaftslehre erforscht wurden.⁵⁴

2.3 Umfrageforschung im Nationalsozialismus

2.3.1 Die Frage nach der Kontinuität empirischer Sozialforschung

In der Forschung gibt es konträre Ansichten darüber, ob und in welchem Umfang nach 1933 in Deutschland empirische Sozialforschung betrieben worden ist und ob es zwischen der Sozialforschung des Dritten Reiches und der Sozialforschung in der Bundesrepublik eine Kontinuitätslinie gibt. Da die empirische Sozialforschung auch vor 1933 erst eine relativ geringe Rolle gespielt hatte, ist eine Darstellung nur in Verbindung mit der Betrachtung des übergeordneten Faches der Soziologie⁵⁵ möglich. M. Rainer LEPSIUS⁵⁶ zählt für das Jahr 1932/33 55 haupt- und nebenamtliche Vertreter der Soziologie an deutschen Hochschulen. Hiervon waren 35 Vertreter Professoren (Gruppe 1) sowie 20 Privatdozenten und außerplanmäßige Professoren (Gruppe 2). Aus der Gruppe der Professoren, die noch nicht das Emeritierungsalter erreicht hatten (27 der 35), emigrierten zwölf, weitere sechs wurden entlassen. Die restlichen neun waren zwar weiterhin an den Universitäten tätig, doch hielten

⁵² MEYEN, Michael: Die Anfänge der empirischen Medien- und Meinungsforschung in Deutschland, in: ZA-Information 50, 2002, S. 62.

⁵³ ADORNO, Theodor W.: Zur gegenwärtigen Stellung der empirischen Sozialforschung in Deutschland. Einleitungsvortrag der Arbeitstagung "Empirische Sozialforschung", Weinheim, 14. bis 16. Dezember 1951, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 13.

⁵⁴ SCHAD, Susanne Petra: Empirical Social Research in Weimar-Germany. Paris 1972, S. 8.

⁵⁵ Für eine umfassende Darstellung der Soziologie im Dritten Reich siehe RAMMSTEDT, Otthein: Deutsche Soziologie 1933-1945. Die Normalität einer Anpassung. Frankfurt/Main 1986.

⁵⁶ Vgl. LEPSIUS, Rainer: Die Entwicklung der Soziologie nach dem Zweiten Weltkrieg 1945-1967, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 21, 1979, S. 26.

nur wenige noch regelmäßig Vorlesungen in Soziologie. Von der zweiten Gruppe verließen 13 das Land, so dass in der Summe von den Dozenten unterhalb des Emeritierungsalters nach dem Säuberungsprozess nur noch 16 weiterlehrten, wobei dies vielfach außerhalb ihres angestammten Fachgebietes geschah. Darüber hinaus konnte während der NS-Zeit nur wenig wissenschaftlicher Nachwuchs ausgebildet werden. LEPSIUS nennt hier acht Personen, die in der Zeit von 1933 bis 1945 an deutschen Hochschulen habilitiert wurden und der Soziologie zuzurechnen sind.

Zum personellen Aderlass kam die Schließung von vier der fünf auf dem Gebiet der Soziologie führenden universitären Institute. In Berlin wurden die älteren Fachvertreter emeritiert, die jüngeren entlassen. Ebenso in Frankfurt, Heidelberg und Köln. Nur in Leipzig, der fünfte Konzentrationspunkt der Soziologie vor 1933, konnte sich bis zum Kriegsende eine angepasste, „völkische“ Soziologie⁵⁷ erhalten. Gleichfalls stellte auf übergeordneter institutioneller Ebene die *Deutsche Gesellschaft für Soziologie* 1934 ihre Arbeiten ein⁵⁸, um einer Instrumentalisierung durch Nationalsozialisten zuvorzukommen. Ebenso wurden die führenden Fachzeitschriften kurze Zeit nach der Machtergreifung eingestellt, sofern sie nicht wie die *Zeitschrift für die Sozialforschung* zusammen mit dem Frankfurter *Institut für Sozialforschung* zuerst nach Paris, dann nach New York „emigriert“ waren.⁵⁹ In der Literatur wird indessen betont, dass es keine gezielte Auflösung der Soziologie als wissenschaftlicher Disziplin durch die Nationalsozialisten gegeben habe. Helmut SCHELSKY:

„Gerade eine «faktische Auflösung der Soziologie» hat es [...] gar nicht [...] gegeben, sondern eine *nominale* und *formale*; die Maßnahmen und der terroristische Druck der nationalsozialistischen Machthaber richteten sich primär gar nicht gegen das «Fach», sondern erfolgten aus politischen, weltanschaulich-ideologischen und nicht zuletzt rassistischen Motivationen gegen geistige Positionen von Personen, mit deren Vertreibung, Verfolgung, Kaltstellung und

⁵⁷ Die „völkische Soziologie“ hatte sich unabhängig vom Nationalsozialismus entwickelt und sah in der Herstellung der Volksgemeinschaft den zentralen Sinnbezug allen sozialen Handelns. Für eine ausführlichere Darstellung vgl. ebenda, S. 27f.

⁵⁸ Vgl. ebenda, S. 28f.

⁵⁹ Vgl. ebenda, S. 27.

Schikanierung man eine «Richtung», aber keine «wissenschaftliche Disziplin» treffen wollte.“⁶⁰

KERN spricht ebenfalls nicht von der faktischen Auflösung der Soziologie, sondern von einer „sehr weitgehende[n] Formierung und Unterdrückung.“⁶¹

Im Rahmen einer sehr hitzig geführten Kontroverse über die Rolle der Soziologie im Nationalsozialismus und speziell die von Alfred WEBER⁶² kamen Dirk KAESLER, Carsten KLINGEMANN und Ottheim RAMMSTEDT zu dem Ergebnis, dass es zwischen der Sozialstatistik des Nationalsozialismus und der Sozialforschung der Nachkriegszeit durchaus Kontinuität gäbe.⁶³ Erwin K. SCHEUCH argumentiert gegen die Ansicht einer Kontinuität, da außer SCHELSKY keine Wissenschaftler mit NS-Kontakten in der Entwicklung der Empirie an Universitäten eine Rolle gespielt haben.⁶⁴ Demzufolge kann man seiner Ansicht nach nur schwerlich von einer Kontinuität der Sozialforschung vom Dritten Reich zur Bundesrepublik sprechen. SCHEUCH betont ausdrücklich, dass nach 1945 weder an die Sozialforschung vor dem Nationalsozialismus noch an verschiedene Entwicklungen während des NS-Staates angeknüpft wurde, sondern ganz überwiegend an die Entwicklungen in den USA.⁶⁵ Uta GERHARDT lehnt die These einer Kontinuität der Sozialforschung ebenfalls ab. Ihrer Meinung nach stellte „[...]die empirische Sozialforschung nach dem Zweiten Weltkrieg unzweifelhaft etwas Neues dar[...].“⁶⁶ Sie kommt zu dem

⁶⁰ SCHELSKY, Helmut: Zur Entstehungsgeschichte der bundesdeutschen Soziologie. Ein Brief an Rainer Lepsius, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 32, 1980, S. 422. Hervorhebungen wie im Original.

⁶¹ KERN, Horst: Empirische Sozialforschung. Ursprünge, Ansätze, Entwicklungslinien. München 1982, S. 215.

⁶² Vgl. hierzu KAESLER, Dirk: Soziologie und Nationalsozialismus. Über den öffentlichen Gebrauch der Historie, in: Soziologie 26, Heft 3, 1997, S. 20-32; KLINGEMANN, Carsten: Der Oberförster jagt den Nazijäger. Rufmord als letztes Mittel der Vergangenheitsbewältigung, in: Soziologie 26, Heft 3, 1997, S. 31-51 sowie RAMMSTEDT, Ottheim: Über die Grenzen des Erlaubten. Die Behandlung Alfred Webers durch Carsten Klingemann und ihre Rezension durch Dirk Kaesler, in: Soziologie 26, Heft 3, 1997, S. 52-57.

⁶³ Vgl. GERHARDT, Uta: Zweimal Surveyforschung. Der Neuanfang der empirischen Sozialforschung in Westdeutschland nach 1945. Zur Entstehung des Neuen durch Kulturtransfer. Eine wissenschaftliche Skizze. Unveröffentlichtes Manuskript 2004, S. 4.

⁶⁴ Vgl. hierzu SCHEUCH, Erwin K.: Von den Pioniertaten zur Institution - Beobachtungen zur Entwicklung der empirischen Sozialforschung, in: FRANKE, Dieter/SCHARIOTH, Joachim: 40 Jahre Markt- und Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland. München 1990, S. 51 sowie derselbe: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland in den siebziger und achtziger Jahren, in: ZUMA-Nachrichten 45, 1999, S. 8, Fußnote 3.

⁶⁵ Vgl. SCHEUCH, Erwin K.: Der Aufstieg der empirischen Sozialforschung aus dem Geist des New Deal, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 52.

⁶⁶ GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 4 sowie ebenda, S. 83f.

Schluss, dass das Neue der empirischen Soziologie durch Kulturtransfer aus Amerika nach Westdeutschland kam.⁶⁷

Nach Abwägung der vorgelegten Meinungen tendiert der Verfasser dazu, auf personeller und institutioneller Ebene sowohl von einem Bruch zu Beginn der NS-Zeit als auch zum Ende der NS-Zeit hin auszugehen. Auf methodischer Ebene trifft dies zumindest für den Übergang vom Nationalsozialismus zur Nachkriegszeit zu, da es zu diesem Zeitpunkt zu einem Kulturtransfer aus den Vereinigten Staaten nach Deutschland kam, wie ausführlich noch im weiteren Verlauf der Arbeit zu sehen sein wird. Auf inhaltlicher bzw. thematischer Ebene kam es ebenfalls nach 1945 zu starken Veränderungen, da nach dem Ende der Diktatur die Umfrageforschung auf alle Lebensbereiche, insbesondere auch des politischen Lebens, ausgedehnt werden konnte.

Betrachtet man die NS-Zeit als „Zwischenphase“, würde sich zumindest auf personeller und institutioneller Ebene ein etwas anderes Bild abzeichnen: Auf diesen beiden Ebenen kann man durchaus von einer gewissen Kontinuität von der Weimarer Zeit zur Bundesrepublik sprechen. Es würde zwar auch in diesem gedanklichen Konstrukt an den Nahtstellen zur NS-Zeit Veränderungen geben, jedoch könnte man nicht mehr von einem „Bruch“ sprechen, da nach 1945 viele der zuvor (zwangsweise-) emeritierten oder entlassenen Wissenschaftler wieder eine bedeutende Rolle spielten. Beispielsweise nahmen Alfred WEBER und Leopold von WIESE nach dem Zweiten Weltkrieg wieder ihre Lehrtätigkeiten auf⁶⁸, obgleich beide schon über 70 Jahre alt waren. Ebenso wurden auf institutioneller Ebene die *Deutsche Gesellschaft für Soziologie* sowie viele der bis zur Mitte der dreißiger Jahre zwangsweise geschlossenen Institute wiedereröffnet.

2.3.2 Die Institutionalisierung der Marktforschung

Ungeachtet der Probleme für die empirische Sozialforschung während der NS-Zeit kam es auf dem Gebiet der Marktforschung 1934 zur Gründung der *Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)*.⁶⁹ Dies war zugleich der Beginn einer

⁶⁷ Vgl. ebenda, S. 83f.

⁶⁸ Vgl. LEPSIUS: Die Entwicklung der Soziologie nach dem Zweiten Weltkrieg 1945-1967, S. 29ff.

⁶⁹ Einige Autoren sprechen davon, dass auch „Meinungsforschung“ fand im Dritten Reich stattgefunden habe. Jedoch nicht in dem Kontext, in dem „Meinungsforschung“ in dieser Arbeit benutzt wird. Vielmehr im Sinne von Überwachung wie beispielsweise die vom Sicherheits-

institutionalisierten privatwirtschaftlichen Marktforschung in Deutschland. Bereits 1925 wurde als Vorläufer der GfK an der Hindenburg-Handelshochschule Nürnberg von Wilhelm VERSHOFEN das *Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware* mit dem Ziel der Erforschung des Verbraucherverhaltens ins Leben gerufen. Frühzeitig richtete das Institut, zu dem auch der spätere Bundeswirtschaftsminister und -kanzler Ludwig ERHARD gehörte, seine Aufmerksamkeit u.a. auf »Änderungen der Verbrauchergewohnheiten« aus⁷⁰, da Kenntnisse über Kundenwünsche sowie den Markt als Ganzes im Zuge der Differenzierung der Konsumgüterproduktion im Kontext der Massenproduktion und einer Verkürzung der Produktzyklen immer wichtiger wurden.⁷¹

Für seine Untersuchungen musste das Institut sich vorerst auf sekundär-statistische Analysen beschränken, da noch keine eigenen Befragungen durchgeführt werden konnten. Dieser Missstand wurde durch die Gründung der GfK beseitigt. In der Denkschrift *Konsumentenbefragung auf breiter Basis* aus dem Jahre 1934, führt VERSHOFEN aus, dass

„[sich] in der Gegenwart [...] die Erkenntnis immer mehr durch[setzt], dass der wirtschaftlich ausschlaggebende Faktor der Konsument im Sinne des letzten Verbrauchers ist. Von seiner Haltung, seinen Gewohnheiten und seinen Marktentscheidungen hängt das Schicksal aller Produkte ab, die für den Markt, d.h. für den Verkauf hergestellt worden sind.“⁷²

Damit befand er sich auf einer gedanklichen Ebene mit dem Vorstandsmitglied der *IG-Farbenindustrie AG* Wilhelm R. MANN, für welche das Institut über viele Jahre hinweg fortlaufend den Markt für Arzneimittel und deren Verbraucher untersuchte.⁷³ MANN hatte bereits zuvor die These aufgestellt, dass es grundsätzlich möglich sein sollte, „[...] den Verbraucher mit Hilfe einer entsprechenden Organisation über seine Haltung und Meinungen bei der Marktentnahme und beim Verbrauch zu befragen.“⁷⁴

dienst betriebene „Hörerforschung“. Vgl. hierzu DRÖGE, Franz: Der zerredete Widerstand. Zur Soziologie und Publizistik des Gerüchts im 2. Weltkrieg. Düsseldorf 1970 sowie BESSLER, Hansjörg: Hörer- und Zuschauerforschung. München 1980.

⁷⁰ Vgl. GfK Nürnberg: Marktforschung 1934-1984. Festschrift zum 50jährigen Bestehen. o.A. 1984, S. 10.

⁷¹ Vgl. WEISCHER: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung', S. 39.

⁷² GfK Nürnberg: Marktforschung 1934-1984, S. 11.

⁷³ Vgl. BERGLER, Georg: Die Entwicklung der Verbrauchsforschung in Deutschland und die Gesellschaft für Konsumforschung bis zum Jahre 1945. Kallmünz/Oberpfalz 1960, S. 79.

⁷⁴ Ebenda, S. 80.

Doch besaß die Industrie, insbesondere die Großindustrie, kaum Informationen über den Verbraucher, die für eine erfolgreiche Steuerung der Produktpalette notwendig wurden und hatte daher großes Interesse an Primärdaten. Diese wurden von der *GfK* mit Hilfe eines Außendienstes durch so genannte „Korrespondenten“ erhoben. Die durchgeführten Umfragen stellten jedoch mehr oder weniger zufällig, also nicht repräsentativ, eingesammelte Verbraucherstimmen dar.⁷⁵ Die Korrespondenten orientierten sich bei ihren Befragungen einerseits an Erhebungsbögen, andererseits sollten sie auch ihre eigenen Beobachtungen zu dem entsprechenden Thema in einem Begleitschreiben vermitteln. Darüber hinaus wurden sie angehalten, über ihre eigenen Beobachtungen in dem ihnen zugeteilten Bezirk Mitteilung zu machen.⁷⁶

Die, nach der von der *GfK* herausgegebenen Festschrift zum 50-jährigen Bestehen, geschilderte Praxis der Datenerhebung wird allerdings in Teilen der Wissenschaft angezweifelt. Insbesondere über die Frage der Verwendung des „Erhebungsbogens“ gibt es einen Dissens und damit auch über den Grad der „Wissenschaftlichkeit“ der durchgeführten Studien. Manfred GÜLLNER bezieht sich auf einen Artikel in der Zeitschrift *Markt und Verbrauch* aus dem Jahr 1943, in dem als Methode für die Befragungen „[...] die «Form des Gesprächs ohne Fragebogen, möglichst sogar das zufällige oder doch unauffällig herbeigeführte Gespräch» [...]“⁷⁷ angegeben wurde. Auch der Gründer der *GfK* schreibt in einem Beitrag für *Markt und Verbrauch* im Jahr 1940: „Die »Erhebungsapparatur« der *GfK* weicht denn auch «in wesentlichen Punkten von amerikanischen Formen» [dem Interview, S.W.] ab.“⁷⁸

Die Wissenschaftlichkeit der erhobenen Daten scheint also fraglich gewesen zu sein. GÜLLNER widerspricht der Eigendarstellung der *GfK*, neben anderen Punkten auch darin, Pionier der Marktforschung in Deutschland gewesen zu sein. Er verweist auf den 1925 in Wien gegründeten Verein *Österreichische Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle* mit LAZARS-

⁷⁵ Vgl. WÜBBENHORST, Klaus L.: Added Value durch Umfrageforschung, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 103f.

⁷⁶ Vgl. *GfK* Nürnberg: Marktforschung 1934-1984, S. 21.

⁷⁷ *Markt und Verbrauch*: o.A., Heft 1/2, 1943, S. 30; zit. in: GÜLLNER, Manfred: Mensch oder Markt: Vom deutschen Wesen der Marktforschung von 1934 bis heute. Unveröffentlichtes Manuskript 2004, S. 6.

⁷⁸ *Markt und Verbrauch*, o.A. Heft 11/12, 1940, S. 154; zit. in: GÜLLNER: Mensch oder Markt, S. 6.

FELD, JAHODA und ZEISEL. Diese hatte bereits in den Jahren vor der Gründung der *GfK* Untersuchungen zu zahlreichen Produkten wie Butter, Schuhen oder Fremdenverkehr durchgeführt.⁷⁹ Dabei war die kommerzielle Marktforschung für die Forschungsgruppe gleichwohl eher Mittel zum Zweck, um soziologische Untersuchungen anstellen zu können⁸⁰, „[...] da sie wesentlich zur Finanzierung des Instituts beigetragen hat.“⁸¹

Darüber hinaus führte die Forschungsstelle neben der bereits oben erwähnten Studie über die *Arbeitslosen von Marienthal* eine weitere Großstudie durch. Im Auftrag der Österreichischen Rundfunkanstalt wurde 1932 bei 36.000 Hörern⁸² die erste europäische Hörerstudie⁸³ durchgeführt. Die Untersuchung sollte zeigen, welche Sendungen die Hörer besonders interessierten. Auf den über Kioske verteilten Fragebögen sollten die Hörer neben „[...] soziodemographischen Fragen wie Alter, Geschlecht, Beruf und Wohnort [...] jeweils angeben, ob sie bestimmte Radiosendungen mehr, weniger oder gleich viel hören wollten.“⁸⁴ LAZARFELD und seine Mitstreiter verwendeten für die Auswertung erstmals Kreuztabellen, um mehrere Merkmale miteinander zu verbinden.⁸⁵ Entsprechend ihrer politischen Einstellung konzentrierten sie sich insbesondere auf die Unterschiede in der Programmauswahl als Spiegelung der jeweiligen sozialen Klassenzugehörigkeit.⁸⁶

GÜLLNER kommt in Bezug auf die *GfK* zu dem Schluss, dass die „[...] angewandten Methoden [...] keinesfalls dem damals bereits an anderen Stellen [Verweis auf die *Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle*, S.W.] erreichten Entwicklungsgrad [entsprachen]. Sie waren eher bizarr und schrullenhaft. Die Empirie hatte woanders bereits einen viel höheren Reifegrad erreicht.“⁸⁷

⁷⁹ Vgl. ZEISEL, Hans: Der Anfang moderner Sozialforschung in Österreich. Die österreichische wirtschaftspsychologische Forschungsstelle 1925-1938, in: ROSENMAYR, Leopold et al.: Soziologie: Forschung in Österreich. Methoden; theoretische Konzepte; praktische Verwertung. Wien 1969, S. 400.

⁸⁰ Vgl. KNOLL u.a.: Der österreichische Beitrag zur Soziologie von der Jahrhundertwende bis 1938, S. 93. sowie KAPFERER: Zur Geschichte der deutschen Marktforschung, S. 101.

⁸¹ DIEKMANN: Empirische Sozialforschung, S. 96f.

⁸² Vgl. GÜLLNER: Mensch oder Markt, S. 11.

⁸³ Vgl. ZEISEL, Hans: Paul Lazarsfeld und das Wien der Zwanziger Jahre, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 21, 1979, S. 400.

⁸⁴ KAPFERER: Zur Geschichte der deutschen Marktforschung, 101f.

⁸⁵ Vgl. HAGEN, Wolfgang: Geschichte der Demoskopie. URL:

<http://whagen.de/publications/AlleKeiner/ARCHDEMO.HTM> (Stand: 16.11.05), S. 2.

⁸⁶ Vgl. NEURATH, Paul: Paul Lazarsfeld und die Institutionalisierung der empirischen Sozialforschung: Ausfuhr und Wiedereinfuhr einer Wiener Institution, in: SRUBAR, Ilja: Exil, Wissenschaft, Identität. Die Emigration deutscher Sozialwissenschaftler 1933-1945. Frankfurt/Main 1988, S. 74.

⁸⁷ GÜLLNER: Mensch oder Markt, S. 14.

In diesem ersten Teil wurde deutlich, dass die empirische Sozialforschung bis 1929/30 von Einzelstudien geprägt war, deren Methodik noch in den Kinderschuhen steckte. Erst FROMM in Frankfurt und LAZARSELD in Wien sorgten auf der methodischen Ebene für größere Fortschritte. Für den Durchbruch zur „modernen Umfrageforschung“ fehlte jedoch noch die Kenntnis über die „repräsentative Stichprobe“ und deren Anwendung. Bis 1914 fungierte größtenteils der VfS als Auftraggeber für Umfragen, während nach dem Ersten Weltkrieg Gewerkschaften diesen Part übernahmen. Durchgeführt wurden die Umfragen in der Regel von im VfS vertretenen Professoren und deren Seminare sowie zum Ende der Weimarer Zeit hin auch durch erste darauf spezialisierte universitäre Institute. Thematisch wurden vor allem soziale Themen, insbesondere die Lage der Arbeiter und Angestellten, behandelt. Politische Umfragen und Wahlprognosen sind bis zum Ende der Weimarer Republik nicht durchgeführt worden.⁸⁸

Das Institutionalisierungsniveau war nur schwach ausgeprägt und hielt dem Nationalsozialismus nicht stand. Dies hatte zur Folge, dass Deutschland auf diesem Forschungsgebiet, zumindest qualitativ, verwaiste und die empirische Sozialforschung erst einige Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs wieder in Deutschland Einzug hielt. Das tat sie als etwas Neues und nicht als Fortsetzung der bisherigen deutschen Sozialforschung.

Auf dem Gebiet der Marktforschung kam es 1934 mit der GfK zur ersten privatwirtschaftlichen organisierten Unternehmensgründung. Die GfK überdauerte den Nationalsozialismus und besteht bis heute. Bereits neun Jahre zuvor wurde in Wien die *Österreichische Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle* gegründet, die sich ebenfalls mit Marktforschung beschäftigte. Auf der methodischen Ebene gab es zwischen diesen beiden Institutionen ein aus heutiger Sicht beachtliches Niveaufälle. Diese manifestierten sich auch darin, dass die GfK bewusst internationalen Erkenntnissen widersetzte, während sich die dann aufgelöste Wiener Gruppe um LAZARSELD bereits an diesen orientierte. Für eine abschließende Wertung der Arbeit der GfK müsste freilich untersucht werden, inwieweit diese in der NS-Zeit überhaupt die Möglichkeit hatte, sich ausländischer Erkenntnisse zu bedienen, wollte sie sich nicht selbst ins politische und damit auch wirtschaftliche Abseits stellen.

⁸⁸ Vgl. DECKER, Frank: Politische Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Bilanz nach fünfzig Jahren, in: Zeitschrift für Politikwissenschaft 11, 2001, S. 36.

3 Umfrageforschung in den USA

Einen Blick auf die amerikanische Umfrageforschung bis 1936⁸⁹ zu werfen ist deswegen interessant und notwendig, da dort in den zwanziger und dreißiger Jahren die grundlegenden Entwicklungsschritte hin zu einer „modernen“ Umfrageforschung gemacht wurden, die nach dem Ende des Krieges auch nach Deutschland gelangten. Einleitend soll kurz auf die Entstehung der Umfrageforschung in Amerika eingegangen und mit der Deutschen verglichen werden. Nach der Vorstellung einer für die folgenden Jahre prägenden Studie werden jene Entwicklungen aufgezeigt, die wesentlich zum Entstehen der modernen Umfrageforschung beitrugen.

3.1 Der Ursprung der amerikanischen Umfrageforschung

In den USA entstand vor dem Hintergrund einer starken Immigrationswelle in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und der damit verbundenen problematischen Integration die „[...] »social survey« als spezifisch amerikanische Variante der sozialreformerisch orientierten Erhebung.“⁹⁰ Die *social survey* war als Übersichtsstudie angelegt, die meist räumlich begrenzte Phänomene durch eine Verknüpfung von Tatsachenforschung, Reformprogramm-Entwicklung und Öffentlichkeitsarbeit behandelte. Stuart A. RICE unterscheidet drei Funktionen dieser speziellen Art von Umfragen: die „scientific function“ (Sozialforschung zur Fundierung neuer Reformprogramme), die „educational function“ (Sozialforschung zur Begründung bereits bestehender Reformprogramme) sowie die „magical function“ (Sozialforschung als Zeremonie bei der Propagierung von Reformprogrammen).⁹¹

Die nachstehende Grafik zeigt die thematische Verteilung der in knapp 20 Jahren durchgeführten *social surveys*. Dies stellt keine Totalerhebung aller in diesem Zeitraum durchgeführten Umfragen dar, sondern nur diejenigen mit einem sozialen Hintergrund. Demzufolge sind Umfragen im Vorfeld von Wahlen oder kommerzieller Natur nicht berücksichtigt. Bei der Auswertung zeigt sich, dass die Themen „Schule und Ausbildung“ sowie „Gesundheit und Hygiene“

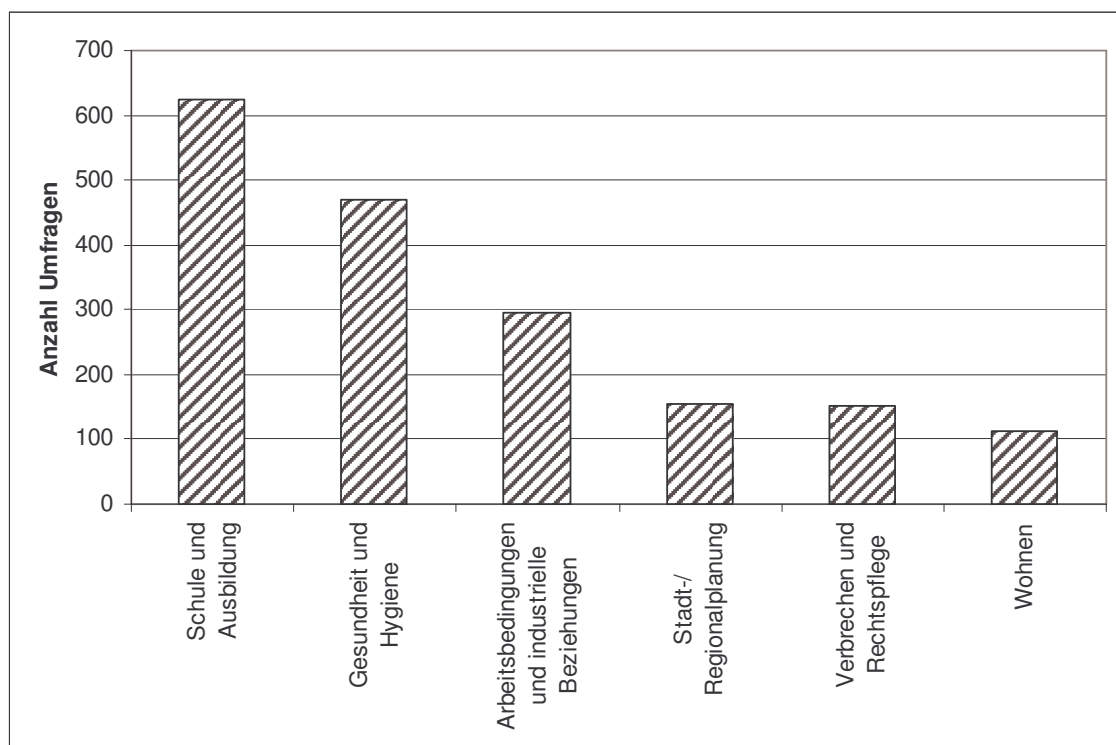
⁸⁹ Für eine umfassende Darstellung siehe CONVERSE, Jean M.: *Survey research in the United States. Roots and emergence 1890-1960*. Berkeley 1987.

⁹⁰ YOUNG, Pauline V.: *Scientific Social Surveys and Research*. New York 1949, Second Edition, S. 20; zit. in: KERN: *Empirische Sozialforschung*, S. 181.

⁹¹ Vgl. RICE, Stuart A.: Vorwort zu YOUNG: *Scientific Social Surveys and Research*, S. XVff.; zit. in: KERN: *Empirische Sozialforschung*, S. 181.

Schwerpunkte darstellen. Der Aspekt „Arbeitsbedingungen“, der zur selben Zeit in Deutschland im Mittelpunkt stand, folgt erst an dritter Stelle. Aufgrund fehlender genauerer Auswertungen für Deutschland, ist ein direkter Vergleich nicht möglich ist. Allerdings sind in der Literatur keinerlei Hinweise darauf zu finden, dass in größerem Umfang in Deutschland Umfragen zu den Themen „Schule und Ausbildung“ sowie „Gesundheit und Hygiene“ durchgeführt worden sind.

Abb. 1 Thematische Verteilung von in den USA im Zeitraum von 1910 bis 1928 durchgeführten *social surveys*



Quelle: Vgl. KERN: Empirische Sozialforschung, S. 182. Eigene Darstellung.

Als Auftraggeber agierten spezielle Komitees, Universitäts- und College-Einrichtungen, Wohlfahrtsverbände, kommunale oder staatliche Behörden sowie in besonderem Maße die großen privaten Stiftungen der amerikanischen Industriekonzerne⁹². Letztere übernahmen häufig die Finanzierung von innovativen, also risikoreicheren Projekten, während die risikoärmeren Untersuchungen in der Regel von lokalen oder staatlichen Einrichtungen übernommen wurden. Das starke Engagement der Stiftungen kann auf die

⁹²Beispielsweise die *Rockefeller-Foundation*, die *Carnegie-Corporation* und die *Ford-Foundation*.

gerade in den zwanziger Jahren verbreitete Hoffnung, dass durch Wissenschaft soziale Nöte gelindert und gesellschaftliche Probleme gelöst werden könnten, zurückgeführt werden.⁹³

Auf privater Ebene kam es zwischen 1916 und 1926 in den Vereinigten Staaten zur Gründung von 60 auf Umfragen spezialisierten Instituten, die sich vielfältiger Themen annahmen. Die etablierten Institute setzten dabei bald auf immer größer werdende Erhebungen, um ihren Aussagen mehr Gewicht zu verleihen. Beispielsweise befanden sich in der Adressdatei der renommiertesten Zeitschrift *Literary Digest* im Jahr 1932 über 32 Millionen Anschriften. Anfangs machte die Zeitschrift reine Wahlforschung, im weiteren Verlauf kamen Umfragen zu anderen Fragen von öffentlichem Interesse hinzu, z.B. zu Steuern, Prohibition und Gesundheit. Für die Befragungen wurden bis zu mehrere Millionen Stimmzettel postalisch verschickt. Empfänger waren gewöhnlich Personen, die entweder im Telefonbuch oder in der Liste der Autobesitzer aufgeführt wurden. Für die Prognose der Präsidentschaftswahl 1928 verschickte der *Literary Digest* 18 Millionen „Wahlzettel“, um die Chancen der verschiedenen Kandidaten festzustellen.⁹⁴ Die Rücklaufquoten, d.h. die Quoten der ausgefüllten und zurückgeschickten Stimmzettel, lagen bei ungefähr 25 Prozent.⁹⁵

Umfragen privater oder universitärer Institute in vergleichbarer Größe waren zu diesem Zeitpunkt in Deutschland gänzlich unbekannt. Ebenso war die thematische Breite nicht vergleichbar mit derjenigen im deutschsprachigen Raum. Während sich in Deutschland Umfragen größtenteils auf Aspekte aus dem Leben von Arbeitern und Angestellten beschränkte, wurde jenseits des Atlantiks die Umfrageforschung für vielerlei Themen genutzt. Ein zu dieser Zeit in Deutschland völlig unbeachtetes Feld der Umfrageforschung stellte die Meinungsforschung dar. Wahlumfragen und -prognosen sollten in Deutschland erstmals zu Beginn der fünfziger Jahre durchgeführt werden und sich erst in den siebziger Jahren etablieren.

⁹³ Vgl. KERN: Empirische Sozialforschung, S. 182f.

⁹⁴ Vgl. KELLER, Felix: Archäologie der Meinungsforschung. Mathematik und die Erzählbarkeit des Politischen. Konstanz 2001, S. 33f.

⁹⁵ Vgl. KERN: Empirische Sozialforschung, S. 197f.

3.2 *The Polish peasant in Europe and America*

Für die Herausbildung der modernen empirischen Sozialforschung in den USA nennt KERN zwei Knotenpunkte die im Folgenden explizit dargestellt werden: Zuerst die Untersuchung von William I. THOMAS und Florian ZNANIECKI *The Polish peasant in Europe and America*⁹⁶ (1919-21) als Beispiel für qualitative Analysen. Zweitens die Entwicklung der Skalentechnik und Anwendung der Stichprobenverfahren als Beispiel für die quantitative Meinungs- und Einstellungsforschung.⁹⁷ Diese werden in Kapitel 3.3 behandelt.

Die Studie über polnische Bauern ist nicht nur aufgrund ihres Umfangs ein „Monumentalwerk empirischer Sozialforschung“, sondern vor allem wegen des Bemühens der Autoren um theoretische Begründung und methodisch differenziertes Vorgehen.⁹⁸ Die Studie beschreibt den Anpassungsprozess einer Einwanderergruppe in die amerikanische Gesellschaft und behandelt viele der späteren Interessensschwerpunkte der Chicagoer Soziologie, wie z. B. Einwanderung, Assimilation oder Zerfall der Familien durch Verstädterung.⁹⁹ Im Vorwort zu ihrer Untersuchung bemängeln die Verfasser an den bisherigen *social surveys* ein verkürztes Praxis-Verständnis (d.h. blindes Akzeptieren vorgegebener sozialer Normen), eine unzulässige Problemreduktion (d.h. Verzicht auf Analyse der sozialen Erscheinungen in ihrer Ganzheit und Verankerung) sowie eine primitive Handlungstheorie (d.h. Übersehen der Verhaltensrelevanz lebensgeschichtlicher Erfahrungen sowie immaterieller Interessen). Aus dieser Absatzbewegung heraus gelangten THOMAS/ZNANIECKI zu einer Untersuchung, die das soziale Verhalten von Personen in seiner Ganzheit und Verankerung sowie unter Berücksichtigung differierender Erfahrungen, insbesondere lebensgeschichtlicher Differenzierungen, erfassen wollte.¹⁰⁰

Die Umsetzung dieser Absichten gelang den Autoren nach KERN zwar nur teilweise, doch hebt er die wissenschaftsgeschichtliche Bedeutung der

⁹⁶ THOMAS, William I./ZNANIECKI, Florian: *The Polish peasant in Europe and America*. New York 1959. (Reprinted Edition).

⁹⁷ Vgl. KERN: *Empirische Sozialforschung*, S. 183.

⁹⁸ Vgl. YOUNG: *Scientific Social Surveys and Research*, S. 80f.; zit. in: KERN: *Empirische Sozialforschung*, S. 184.

⁹⁹ Vgl. OBERSHALL: *Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848-1914*, S. 239.

¹⁰⁰ Vgl. KERN: *Empirische Sozialforschung*, S. 184.

Arbeit hinsichtlich der methodeninnovativen Leistung hervor. Zu dieser gehörte insbesondere die Auswertung:¹⁰¹

- von Briefmaterial, hauptsächlich familieninterne Briefwechsel. Diese stellten unter den Bedingungen der Trennung ein wichtiges Medium für die Integration und Solidarität innerhalb der Familie dar.
- von Dokumenten zu Spezialfragen. Damit sind Unterlagen gemeint, die Erscheinungen, in denen sich soziale Erschütterungen ausdrückten, direkt behandelten. Etwa Beschwerdebriefe an Zeitungen, Akten privater Wohlfahrtseinrichtungen oder schriftliche Äußerungen von Experten (z.B. eines polnischen Priesters).
- von biografischem Material, da THOMAS/ZNANIECKI Biographien für soziologische Analysen jeden anderen Informationsquellen als überlegen ansahen. Aufgrund des Umfangs solchen Materials beschränkten sie sich bei biographischen Untersuchungen auf repräsentative Fälle. Allerdings waren die Kriterien zur Auswahl repräsentativer Biographien nach KERN noch nicht ausgereift.

In der Entwicklung der empirischen Sozialforschung stellte die Umfrage nach KERN „[...] ein frühes Beispiel für Bemühungen dar, Empirie und soziologische Theorie aufeinander zu beziehen und in der empirischen Analyse selbst die Begrenzungen statistischer Übersichtsstudien durch eine groß angelegte Auswertung von biografischem Material zu überwinden. THOMAS/ZNANIECKI erkannten, dass zur Erfassung sozialer Werte und Attitüden¹⁰² quantitative Verfahrensweisen [...] nicht ausreichen.“¹⁰³ Aus diesem Grund versuchten sie zur Analyse subjektiver Probleme neue Wege zu gehen. Sie taten dies indem sie in großem Umfang Briefmaterial, biografisches Material sowie die dargestellten Dokumente zu Spezialfragen berücksichtigten. Aus dieser Studie entwickelte sich die Chicagoer Schule der Soziologie, die sich durch die Anwendung differenzierter Erhebungsverfahren auf die Untersuchungen moderner Lebensverhältnisse einen Namen machte.¹⁰⁴

¹⁰¹ Vgl. ebenda, S. 185ff.

¹⁰² Eine Begriffserläuterung befindet sich im folgenden Abschnitt auf Seite 27 in Fußnote 112.

¹⁰³ KERN: Empirische Sozialforschung, S. 188.

¹⁰⁴ Vgl. ebenda, S. 188f.

3.3 Methodische Innovationen

3.3.1 Skalentechnik

Die Ausbreitung empirischer Untersuchungen regte zwangsläufig auch methodische Innovationen an. Im Mittelpunkt stand dabei besonders die Idee der Quantifizierung, d.h. die Umwandlung qualitativer Daten in quantitative. Diese versprach eine deutliche Optimierung der Messbarkeit und Verbesserungen bei der Datenaufnahme und -aufbereitung durch mehr Möglichkeiten zur Anwendung mathematischer Verfahren.¹⁰⁵

Der erste systematische Ansatz zur Konstruktion einer Einstellungs-Skala zur Messung der sozialen Distanz wurde von Emory BOGARDUS¹⁰⁶ 1926 vorgelegt. Die theoretische Basis zur Einstellungs-Messung legte Adolphe QUÉTELET, in dem er die grundsätzliche Möglichkeit der Messung des gesamten menschlichen Verhaltens formulierte:¹⁰⁷ „Mit den moralischen Fähigkeiten steht es [...] ungefähr ebenso wie mit den physischen, und man kann sie unter der Voraussetzung schätzen, daß sie im Verhältnis zu ihren Wirkungen stehen.“¹⁰⁸

„Soziale Distanz“ bezeichnet bei BOGARDUS einen Indikator, der die Einstellung einer Person zu einer bestimmten Gruppe (z.B. einer nationalen Minorität) wieder gibt. Dabei gilt das Kontaktverhältnis¹⁰⁹ als Maßstab, mit dessen Hilfe die soziale Distanz erfasst werden kann. BOGARDUS unterschied bei der Messung der Kontaktdichte sieben Intimitätsgrade, die anschließend 110 Amerikanern vorgelegt wurden. Mit Hilfe dieser Skala sollten sie jeweils ihr Verhältnis zu anderen Nationen ausdrücken. Obgleich die Mängel der Skala, beispielsweise die Frage, ob die Abstände zwischen den Einstellungsgraden wirklich groß sind, erkannt wurden, übte die Skala eine große Anziehungskraft auf Einstellungsforscher aus.¹¹⁰

¹⁰⁵ Vgl. ebenda, S. 189.

¹⁰⁶ Für weitere Informationen zur Einstellungs-Skala: BOGARDUS, Emory S.: *The New Social Research*. New York 1964. (8. Auflage).

¹⁰⁷ Vgl. JAHODA/LAZARFELD/ZEISEL: *Die Arbeitslosen von Marienthal*, S. 118.

¹⁰⁸ QUÉTELET, Adolphe: *Physique Sociale*. Jena 1914. Bd. 1, S. 141; zit. in: JAHODA/LAZARFELD/ZEISEL: *Die Arbeitslosen von Marienthal*, S. 118.

¹⁰⁹ Das Kontaktverhältnis drückt aus, in welchem Umfang die Testperson bereit ist, mit Angehörigen anderer Nationen oder sozialer Gruppen in Kontakt zu treten.

¹¹⁰ Vgl. KERN: *Empirische Sozialforschung*, S. 192f.

Zusammen mit Ernest J. CHAVE entwickelte Lewis L. THURSTONE¹¹¹ drei Jahre später, also im Jahre 1929, eine technisch verbesserte Skala zur Ermittlung von Attitüden¹¹².

„Die Idee war nun, die Attitüde einer Gruppe gegenüber bestimmten Sachverhalten (z.B. der Kirche) in Form von Häufigkeitsverteilungen darzustellen, etwa in der Weise, daß die Abszisse als Rangfolge von Einstellungen zum interessierenden Problem [...] definiert ist und auf der Ordinate die Häufigkeiten der Zustimmung zu den einzelnen Meinungen abgetragen werden. Die Form der Häufigkeitsverteilung galt dabei als brauchbarer Indikator für die Attitüde der befragten Gruppe gegenüber der Kirche.“¹¹³

Im Folgenden wird skizziert, wie THURSTONE/CHAVE ihre Skala konstruierten (Schritte 1 bis 3) und wie diese zur Anwendung kam (Schritt 4):¹¹⁴

Schritt 1: Ermittlung von Aussagen, auf denen die Skala aufbauen soll: Zunächst wurden, z. B. durch Gespräche, 130 die Kirche betreffende Statements gesammelt, die dann jeweils von 341 Personen individuell auf einer 11 Skalen-Stufe in tendenziell „proklerikal“ oder „antiklerikal“ eingeteilt wurden. Hatte eine Person dabei dreißig oder mehr Aussagen derselben Stufe zugeteilt, galt die Testperson als zu „sorglos“ und seine Voten wurden ausgeklammert.

Schritt 2: Aufbereitung der Gradierungen der Schätzergruppe:

Aus den Angaben der noch verbliebenen 300 Probanden zu den einzelnen Statements wurden Skalenwerte¹¹⁵ gebildet und die Streuung der Häufigkeitsverteilung um den Skalenwert (Standardabweichung) errechnet. Je breiter die Streuung war, desto schwieriger konnte man die Aussage den Kriterien „pro- oder antiklerikal“ zuordnen.

Schritt 3: Ermittlung der Skala:

Aussagen, die entweder über eine große Streuung oder sowohl von einer Testgruppe aus Pro- als auch einer Gruppe von Antiklerikern gewählt wurden und damit in Bezug auf die Kirchen-Attitüde irrelevant schienen, wurden

¹¹¹ THURSTONE, Lewis Leo/CHAVE, Ernest J.: The Measurement of Attitude – A Psychophysical method and some experiments with a scale for measuring attitude toward the church. Chicago 1929.

¹¹² Den Begriff der Attitüde fassten THURSTONE/CHAVE im üblichen Sinn als „Verhaltensdisposition“ auf. Attitüden werden in Meinungen verbal ausgedrückt und können deshalb über verbalisierte Meinungen empirisch erfasst werden. Vgl. KERN: Empirische Sozialforschung, S. 193.

¹¹³ Ebenda, S. 194.

¹¹⁴ Vgl. ebenda, S. 194ff.

¹¹⁵ Der Skalenwert einer Aussage ist jener Wert, der in der Häufigkeitsverteilung dieses Statements exakt in der Mitte liegt.

aussortiert. Aus den restlichen Statements wurde eine Endauswahl getroffen, die sicherstellen sollte, dass möglichst die ganze Skalenbreite abgedeckt war.

Schritt 4: Durchführung des Einstellungstests:

Mehrere hundert Studenten der Universität von Chicago kreuzten auf dem Fragebogen jene Statements an, mit denen sie übereinstimmten. Das arithmetische Mittel aus den Skalenwerten der Schätzergruppe von den Aussagen, die vom jeweiligen Studenten angekreuzt wurden, ergab den persönlichen mittleren Skalenwert. Durch Gruppenbildung konnte dann die Einstellung einer Gruppe zur Kirche ermittelt werden.

Diese grobe Schilderung der Vorgehensweise gibt bereits ein Bild von der Komplexität und Aufwändigkeit bei der Erhebungsarbeit. Trotzdem und ungeachtet der Kritik, wie dem Vorwurf einer Vereinfachung von Bewusstseinsphänomenen, erfreute sich die Attitüden-Skala einer weiten Verbreitung und häufigen Anwendung.¹¹⁶ 1940 entwickelte der inzwischen in die USA emigrierte LAZARSELD ein Skalierungsverfahren zur Attitüdenmessung, bei dessen Auswertung Kreuztabellen erstellt wurden, die das Verhältnis zwischen Einstellungen und soziodemographischen Merkmalen darstellten. So konnte wiederum das Signifikanzniveau der Befunde berechnet werden. Aufbauend auf dieses Verfahren entwickelte Rensis LIKERT wenige Jahre später die nach ihm benannten *Likert-Skalen*.¹¹⁷

Durch die Entwicklung und Anwendung von Attitüden-Skalen wurde es möglich, Einstellungen wissenschaftlich fundiert zu messen und in der Folge dessen auf dem Gebiet der Datenanalyse bedeutende Fortschritte zu machen. Die Innovationen auf dem Gebiet der Skalentechnik wurden in ihrer Bedeutung nichtsdestoweniger von einem anderen Fortschritt übertroffen: Der Entdeckung und Anwendung der Repräsentativität. Diese wurde nun im folgenden Abschnitt vorgestellt.

3.3.2 Die Entdeckung der Repräsentativität

Im Zuge der Präsidentschaftswahl 1936 kam es für den *Literary Digest* zu einer folgenschweren Fehlprognose. Der *Literary Digest* hatte sich bei den Wahlen in den Jahren zuvor einen Namen mit zuverlässigen Vorhersagen gemacht und

¹¹⁶ Vgl. KERN: Empirische Sozialforschung, S. 197.

¹¹⁷ Vgl. GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 69.

sah bei jener Wahl den demokratischen Kandidaten Alfred M. LANDON als Gewinner. Gegen diese Ansicht veröffentlichte der Meinungsforscher George GALLUP für das 1935 gegründete *American Institute of Public Opinion (AIPO)* die Prognose einer Wiederwahl von Franklin D. ROOSEVELT.¹¹⁸ Nachdem das tatsächliche Wahlergebnis für ROOSEVELT um 20 Prozent von den *straw polls*¹¹⁹ des *Literary Digest* abwich, büßte die Zeitschrift ihren Ruf hoher Seriosität ein und wurde in kürzester Zeit eingestellt.

Wie gelang es aber GALLUP mit deutlich weniger finanziellen Mitteln das Wahlergebnis deutlich besser als der *Literary Digest* sowie die Wiederwahl ROOSEVELTs korrekt zu prognostizieren? GALLUP arbeitete mit einem Stichprobenverfahren, anstatt mit den seinerzeit weit verbreiteten Massenbefragungen. Um mit einer im Verhältnis zu den *straw polls* sehr geringen Anzahl an Befragungen ein brauchbares Ergebnis zu bekommen, musste die Stichprobe sorgfältig gezogen werden. Das bedeutete, dass nur dann von den Befunden der Stichprobe auf die Grundgesamtheit geschlossen werden konnte, wenn eine statistisch gleiche Chance aller Einheiten der Grundgesamtheit bestand, in die Stichprobe aufgenommen zu werden.¹²⁰

GALLUP versuchte die Repräsentativität seiner Stichproben mit entsprechenden Vorkehrungen bei ihrer Zusammensetzung sicherzustellen. Dazu gliederte er zunächst die Grundgesamtheit nach statistischen Merkmalen (z.B. Alter, Geschlecht, Schulbildung). An diesen orientierte sich dann die Auswahl der Untersuchungseinheiten.¹²¹ Um Verzerrungen zu vermeiden, bezog er sich bei der Gewichtung der statistischen Merkmale auf Verzeichnisse von statistischen Ämtern und Wahlbehörden.¹²² Bei der Befragung konnte er somit davon ausgehen, dass die ausgewählte Stichprobe die gleiche Quotengliederung aufwies, wie die Grundgesamtheit, also beispielsweise eine ähnliche Altersstruktur oder Schulbildung. Hierin lag der Grund für die spektakuläre

¹¹⁸ Neben GALLUP haben auch Elmar ROPER für das Fortune-Magazin sowie Archibald CROSSLEY für King's Feature Syndicate, ein Konkurrenzunternehmen zu GALLUPs AIPO, einen Wahlsieg von ROOSEVELT hervorgesagt. Aufgrund der Tatsache, dass der Durchbruch der Stichprobe mit GALLUP in Verbindung gebracht wird, wird im Folgenden der Blick hauptsächlich auf ihn gerichtet.

¹¹⁹ Wörtlich: „Strohstimmen“. So wurden Umfragen bezeichnet, die beispielsweise vor Präsidentschaftswahlen, oft in Millionenhöhe, durchgeführt wurden. Ziel war es, den Wählerwillen zu erkunden, um Prognosen für den Wahlausgang veröffentlichen zu können.

¹²⁰ Vgl. GERHARDT: *Zweimal Surveyforschung*, S. 69.

¹²¹ Vgl. GALLUP, George H.: *A Guide to public opinion polls*. Princeton 1944, S. 26; zit. in: KELLER: *Archäologie der Meinungsforschung*, S. 44f.

¹²² Vgl. KELLER: *Archäologie der Meinungsforschung*, S. 44.

Fehlprognose des *Literary Digest*. Dieser hatte nicht berücksichtigt, dass mit Telefon- und Autobesitzern überproportional mittlere und gehobene Schichten befragt wurden, während ROOSEVELT überproportional Stimmen aus den unteren und ärmeren Schichten bekam.¹²³

Bereits seit 1933 experimentierte GALLUP mit der Anwendung der statistischen Wahrscheinlichkeits- und Stichprobentheorie in Umfragen.¹²⁴ Doch trat deren Einsatz erst 1936 nachhaltig in Erscheinung. Es sei erwähnt, dass bereits einige Jahre zuvor von Arthur L. BOWLEY, einem Mitglied der *Royal Statistical Society*, die Methode zur Bildung eines repräsentativen Querschnitts bei Bevölkerungsumfragen beschrieben und 1912 die erste statistisch-repräsentative Erhebung nach dem Random-Prinzip¹²⁵ durchgeführt wurde.¹²⁶ Im Jahre 1923 erfolgte eine weitere groß angelegte repräsentative Erhebung. Aufgrund eines Verlustes aller Informationen infolge eines Erdbebens erhob die staatliche Administration in Tokio mit Erfolg neue Zensus-Informationen nach einem Stichprobenverfahren. Die später erfolgte Gesamterhebung bestätigte die zuvor gewonnenen Ergebnisse im Wesentlichen: „The discrepancies between the sample and the complete results subsequently obtained were unimportant and within the margins expected from theory.“¹²⁷

Das von GALLUP, Elmar ROPER und Archibald CROSSLEY angewandte Verfahren war zwar keineswegs vollständig ausgereift, doch waren ihre Umfragen damit deutlich präziser als die des *Literary Digest*, wie die nachfolgende Grafik verdeutlicht:

¹²³ Vgl. NOELLE: Amerikanische Massenbefragungen, S. 38ff.

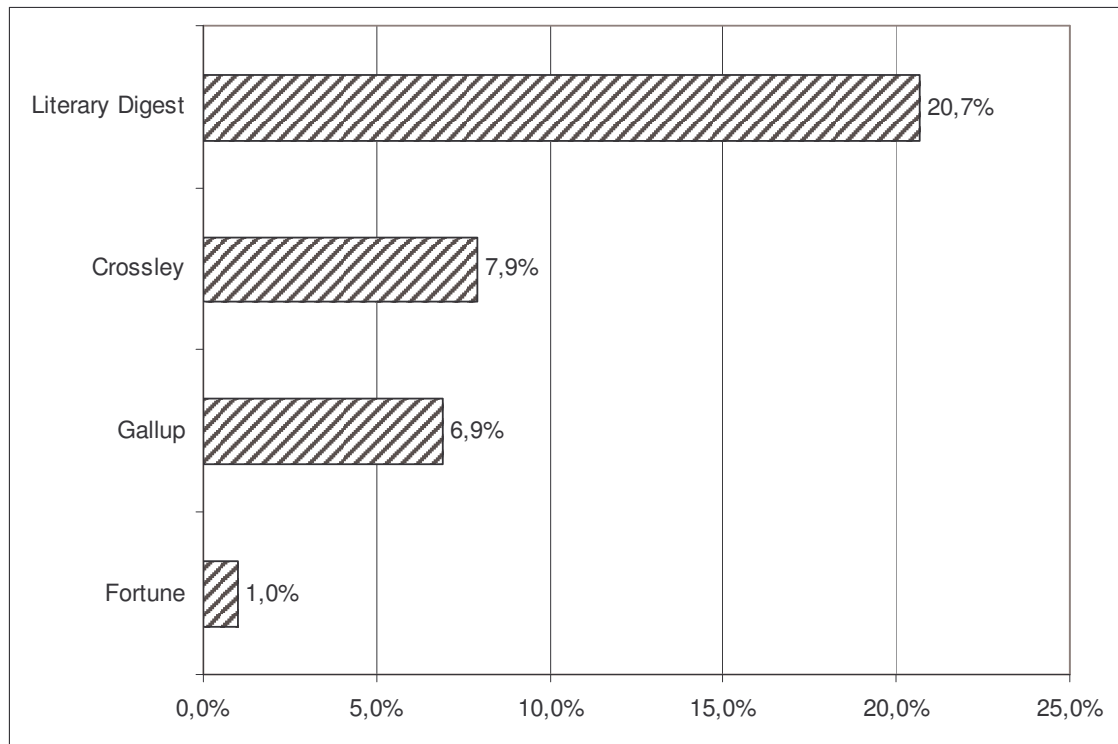
¹²⁴ Vgl. KELLER: Archäologie der Meinungsforschung, S. 13.

¹²⁵ Prinzipiell lassen sich zwei Methoden zur Auswahl repräsentativer Stichproben unterscheiden: zufallsgesteuerte Auswahlmethoden (Random-Verfahren) und die Auswahl mit Hilfe von Quoten, die dem Interviewer vorschreiben, wie viele Personen er aus verschiedenen Bevölkerungsgruppen zu befragen hat. Die Verfahren selbst sowie ihre Unterschiede werden im fünften Kapitel näher erläutert.

¹²⁶ Vgl. NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/PETERSEN, Thomas: Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie. Berlin 2000, (3. Auflage), S. 40.

¹²⁷ BOWLEY, Albert L.: The application of sampling to economic and sociological problems, in: Journal of the American Statistical Association 195, S. 476; zit. in: KELLER: Archäologie der Meinungsforschung, S. 152.

Abb. 2 Abweichung zwischen Vorhersage und Endergebnis bei der US-Präsidentenwahl 1936



Quelle: NOELLE: Amerikanische Massenbefragungen, S. 41; eigene Darstellung.

Das Prinzip der Quotenstichprobe fand innerhalb kürzester Zeit rege Anwendung und das Wissen darüber gelangte u.a. durch die Dissertation von Elisabeth NOELLE noch während des Krieges nach Deutschland: „Der Zweck der Massenbefragung ist nicht die Errechnung absoluter Zahlen, sondern die Ermittlung von Annäherungswerten [...]. Darum begnügt man sich mit der Befragung und Beobachtung einer Anzahl vom Menschen, die als repräsentativ für die Gesamtzahl angesehen werden können.“¹²⁸ Es muss dabei sichergestellt sein, dass jede Person der Gesamtheit die gleiche Chance haben muss, in die Stichprobe aufgenommen zu werden.¹²⁹ Der Umfang der Teilmasse wird dabei für hinreichend erachtet, „[...] wenn eine Erweiterung keine wesentlichen Veränderungen der Ergebnisse mit sich bringt.“¹³⁰

¹²⁸ NOELLE, Elisabeth: Amerikanische Massenbefragungen über Politik und Presse. Frankfurt/Main 1940, S. 16. Vorhebungen wie im Original.

¹²⁹ Vgl. NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: Alle, nicht jeder, S. 219.

¹³⁰ NOELLE: Amerikanische Massenbefragungen, S. 18. Hervorhebungen wie im Original.

Zur Berechnung der Größe jener Teilmasse trug die Entwicklung von Methoden zur Schätzung von Standardabweichungen durch Theodore BROWN 1935 in erheblichem Umfang bei. Die Größe eines Samples zur Durchführung einer Untersuchung bei einer angestrebten Fehlergenauigkeit (Standardabweichung) und einem geschätzten Auftreten des Merkmals p in der Grundgesamtheit, errechnet sich folgendermaßen:¹³¹

$$\sigma = \sqrt{\frac{p * q}{n}} \quad (3.1)$$

mit: σ = Standardabweichung

p = erwarteter Anteil der Elemente in der Grundgesamtheit, welche das untersuchte Merkmal aufweisen

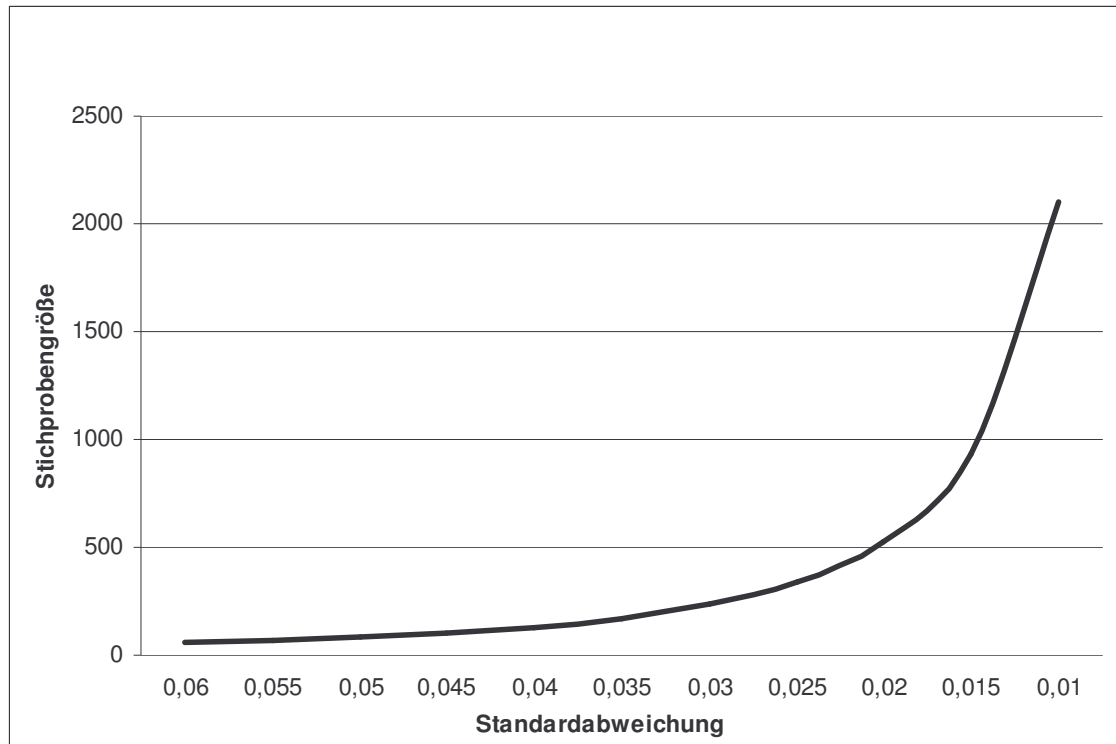
q = addiert sich mit p auf 1, respektive 100 %

n = Stichprobengröße

durch Auflösen der Wurzel in (3.1) und Umstellen nach n erhält man

$$n = \frac{p * q}{\sigma^2} \quad (3.2)$$

¹³¹ Vgl. KELLER: Archäologie der Meinungsforschung, S. 155.

Abb. 3 Verlauf der Stichprobengröße bei gegebenem Erwartungswert

Quelle: Eigene Darstellung.

Mit Zunahme der angestrebten Genauigkeit nimmt ceteris paribus, d. h. unter Konstanthaltung der restlichen Einflussgrößen, die Größe der benötigten Stichprobe überproportional zu, wie vorstehende Abbildung für das Intervall von $0,01 \leq \sigma \leq 0,06$ verdeutlicht. Je geringer die Standardabweichung ausfallen soll, d.h. je weiter auf der Abszisse nach rechts gegangen wird, desto umfangreicher wird die hierfür benötigte Stichprobengröße.

Das Wissen um die Standardabweichung machte es möglich, bei gegebenen Inputgrößen die benötigte Größe der Untersuchungseinheit mathematisch korrekt zu errechnen. Damit waren zuverlässigere Ergebnisse mit wesentlich weniger Befragungen zu erreichen, als dies zuvor bei den Massenumfragen der Fall war. Voraussetzung hierfür war jedoch die sorgfältige Auswahl der zu befragenden Personen, so dass diese in Summe die Grundgesamtheit repräsentierten.

Mit der durch die spektakuläre Vorhersage des Wahlausgangs gewonnenen Bekanntheit gelang es GALLUP in den folgenden Jahren, die von ihm

angewandten Methoden weiter zu verfeinern¹³² und sich als führender Kopf auf dem Gebiet der „New Science of Public Opinion Measurement“¹³³ in Amerika zu etablieren. In Princeton, New Jersey, und an der dortigen Universität versammelten sich neben GALLUP weitere Meinungsforscher der „ersten Stunde“ ebenso wie die bis heute bedeutendste einschlägige Zeitschrift, die *Public Opinion Quarterly*, welche dort ihren Ursprung hat.¹³⁴

Neben seiner wissenschaftlichen Tätigkeit arbeitete GALLUP im Bereich der Marktforschung, so dass es zu einer engen Verzahnung zwischen akademischer und kommerzieller Arbeit kam. Vielfach war Letzteres sogar der Ausgangspunkt für neue Ansätze. Sarah IGO schreibt hierzu: „The rise of social and political issue polling [...] was inextricably tied to commercial research, and the boundary between the two fields was porous.“¹³⁵ Weiter führt sie eine Aussage von Daniel ROBINSON an: “[...] opinion polling developed conceptually and methodologically largely as an adjunct of consumer surveying.“¹³⁶ Beide angeführten Zitatstellen verdeutlichen die enge Beziehung zwischen der privatwirtschaftlichen und der akademischen Umfrageforschung in den USA zur damaligen Zeit.

Nicht mehr Totalerhebungen, sondern sorgfältig unter statistischen Gesichtspunkten ausgewählte Stichproben waren von nun an das Kriterium für seriöse Umfragen. Die „Entdeckung“ der Repräsentativität war die Geburtsstunde der modernen Umfrageforschung. Begleitet durch weitere Entdeckungen in den Jahren zuvor und in den Jahren danach kam es innerhalb einer einzigen Dekade zur Entstehung einer neuen Wissenschaft, welche bereits früh für ein breites Spektrum an Einsatzmöglichkeiten genutzt wurde. Hinzu kam die Entwicklung und Anwendung von Skalen zur Messung von Einstellungen, auch in Verbindung mit soziodemographischen Merkmalen, die auf dem Gebiet der Datenanalyse einen großen Fortschritt bedeutete.

¹³² So setzte GALLUP bereits in den dreißiger Jahren auf mehrmalige und zeitversetzte Befragung derselben Personen, so genannte Panel-Befragungen, um Meinungsumschwünge erfassen zu können. Vgl. KERN: Empirische Sozialforschung, S. 199.

¹³³ CONVERSE: Survey Research in the United States, S. 116.

¹³⁴ Vgl. KELLER: Archäologie der Meinungsforschung, S. 75.

¹³⁵ Igo, Sarah E.: „A Gold Mine and a Tool for Democracy“: George Gallup, Elmo Roper, and the Business of Scientific Polling, 1936-1955. Unveröffentlichtes Manuskript 2006, S. 8. An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei Sarah IGO für die freundliche und vorzeitige Überlassung ihres 2006 erscheinenden Aufsatzes bedanken.

¹³⁶ ROBINSON, 1999, S. 6; zit in: IGO: „A Gold Mine“, S. 8.

Die Umfrageforschung in den USA hatte im betrachteten Zeitraum stets einen höheren Stellenwert als in Deutschland und auch entscheidende wissenschaftliche Fortschritte wurden jenseits des Atlantiks erbracht. Die Ursprünge sowohl der amerikanischen als auch der deutschen Umfrageforschung lagen in sozialen Fragen. Bezüglich der institutionellen Verankerung und der thematischen Breite war die us-amerikanische schon vor 1936 der deutschen voraus. Mit dem Beginn der modernen Umfrageforschung vergrößerte sich - kriegsbedingt - die Kluft noch weiter. Nach Kriegsende gab es seitens den Vereinigten Staaten jedoch ein großes Interesse daran, diese zu schließen, wie im nächsten Kapitel zu sehen sein wird.

4 Amerikanische Umfrageforschung in Deutschland

In dieser Passage wird die amerikanische Umfrageforschung in Deutschland ab den letzten Kriegsmonaten bis zur Entstehung einer eigenständigen deutschen Umfrageforschung in den Jahren 1948/49 untersucht. In diesem Zeitraum führten amerikanische Organisationen zahlreiche Umfragen zu politischen und sozialen Themen durch, Marktforschung wurde verständlicherweise nicht betrieben, da es keine oder nur wenige funktionierende Märkte gab.

Zuerst wird gezeigt, wie es zum Konzept der *Re-Education* kam, welches in den Nachkriegsjahren zur Grundlage des amerikanischen Handels im besetzten Deutschland wurde. Der Umfrageforschung kam innerhalb des Konzeptes eine tragende Rolle zu, da sie dafür zuständig war, umfassende Kenntnisse über die Einstellungen der Deutschen zu verschiedensten Themen herauszufinden. Die praktische Umsetzung wurde schließlich der *Opinion Survey Section*¹³⁷ anvertraut. In den letzten beiden Abschnitten dieses Kapitels werden die von den zuständigen amerikanischen Stellen durchgeführten Umfragen selbst sowie die mit den Umfragen verbundenen Ziele und Absichten aufgezeigt.

4.1 Das *Re-Education*-Konzept

GERHARDT stellt die These auf, dass der grundlegende Ansatz zur *Re-Education* in den Jahren von 1943 bis 1945 entworfen worden ist.¹³⁸ Einen wichtigen Beitrag hierzu lieferte das Buch *Is German Incurable?* von Richard M. BRICKNER aus dem Jahre 1943.¹³⁹ BRICKNER, ein praktizierender Neuropsychiater, vergleicht das deutsche Weltbild mit dem eines an Paranoia Erkrankten und beschreibt vier Tendenzen im Nationalbewusstsein und Geschichtsbild der Deutschen, die als *German Symptoms* gelten könnten:¹⁴⁰ (i) Megalomanie, d.h. ein tendenziell auf die ganze Welt gerichtetes Sendungsbewusstsein, (ii) Übermachtstreben, (iii) Verfolgungskomplex sowie (iv) retrospektive Falsifikation, d.h. Umdeutung der Vergangenheit zu einer Kette von Anlässen

¹³⁷ Für eine ausführliche Beschreibung der Entstehungsgeschichte der Opinion Survey Section siehe GERHARDT: *Zweimal Surveyforschung*.

¹³⁸ Vgl. GERHARDT, Uta: *Re-Education als Demokratisierung der Gesellschaft Deutschlands durch das amerikanische Besatzungsregime*. Ein historischer Bericht, in: *Leviathan* 27, 1999, S. 355.

¹³⁹ BRICKNER, Richard M.: *Is German Incurable?*. Philadelphia 1943.

¹⁴⁰ Vgl. GERHARDT: *Re-Education*, S. 366.

für gegenwärtiges Gewalthandeln. Er begnügt sich daher nicht nur mit der Diagnose, sondern gibt auch eine Empfehlung zur „Heilung“. So wie es bei einem Paranoiden einen „gesunden Anteil“ der Persönlichkeit gebe, gebe es auch in Deutschland Personen, die anders als die breite Masse seien. Diesen Deutschen, die BRICKNER als „clear“ beschreibt, müsse es in der ersten Zeit nach dem Krieg ermöglicht werden, Deutschland zu einem nicht-paranoiden Neuanfang zu verhelfen.

Das Buch war ein enormer Erfolg, erfreute sich zahlreicher Besprechungen und wurde zur Grundlage bei der Ausarbeitung des Konzeptes der *Re-Education*. Im Zeitraum von April bis Juni 1944 wurde eine geheime, aus vier Einzeltagungen bestehende Konferenz abgehalten, auf welche Vorschläge für die konkrete Umsetzung ausgearbeitet wurden. Der Soziologe Talcott PARSON konkretisierte bisherige Überlegungen dahingehend, dass das kulturelle Denkmuster der Deutschen verändert werden sollte, wobei der Einfluss des Besatzungsregimes so zu erfolgen habe, dass die Deutschen nicht das Gefühl haben, einer gezielten Beeinflussung ausgesetzt zu sein.¹⁴¹

Die Teilnehmer der Konferenz legten in ihrem Abschlussbericht insbesondere auf wirtschaftliche und politische Maßnahmen großen Wert und befürworteten aufgrund seiner mentalitätsrelevanten Wirkung den industriellen Wiederaufbau Deutschlands. Mit dieser Ansicht bezogen sie eine zum Plan von Henry MORGENTHAU konträre Position, der bekanntermaßen eine De-Industrialisierung Deutschlands vorsah. Der Abschlussbericht wurde in der Washingtoner Administration viel beachtet und PARSON wurde beauftragt, bei der Ausarbeitung eines Planes zur Umgestaltung der deutschen Wirtschaft, welcher auf der Potsdamer Konferenz verhandelt wurde, mitzuarbeiten. In seinem Memorandum an den Direktor der *Enemy Branch* Henry FOWLER vom 11. Oktober 1945 betonte er, „[...] daß in Deutschland allein die Umgestaltung des ökonomischen und politischen Lebens die notwendigen Gegenkräfte gegen die Hinterlassenschaften [...] des Nationalsozialismus freisetzen könne [...]“ sowie, dass die Sozialwissenschaften und verwandte Disziplinen besonders geeignet seien, die „[...] soziale, ökonomische und politische Situation in den besetzten Ländern mit Blick auf Bereiche und Ansatzpunkte einer gezielten Beeinflussung im Sinne stabiler Demokratisierung zu untersuchen.“¹⁴²

¹⁴¹ Vgl. ebenda, S. 370f.

¹⁴² Ebenda, S. 375.

Das Demokratieverständnis, das mit dem wirtschaftlichen Wiederaufbau als Königsweg der Mentalitätsveränderung der Deutschen verbunden war, konzentrierte sich auf drei Programmziele: erstens auf eine durch Respekt für andere Menschen gekennzeichnete politische Kultur, zweitens auf eine freie Marktwirtschaft und zuletzt auf eine parlamentarische Regierung. Der empirischen Sozialwissenschaft kam dabei die Aufgabe zu, insbesondere zum ersten der drei genannten Ziele, durch Umfragen die Meinung der Deutschen zu eruieren und den Erfolg der von den Besatzungsmächten durchgeführten Programme festzustellen. Die daraus hervorgehenden Berichte behandelten Einstellungen der Deutschen als Gradmesser ihrer Demokratiefähigkeit. Dabei fand die an der *Columbia*-Universität entwickelte *German Attitude Scale* häufig Anwendung. Die wichtigsten Dimensionen dieser Skala waren: Antisemitismus; Militarismus und Kriegsbewusstsein; soziale Verantwortung; Verhältnis der Geschlechter und innerfamiliärer Beziehungen; Einstellung zu Regierung, Demokratie und Autorität; Schuld für Krieg und Verbrechen sowie Zukunftsaussichten.¹⁴³ Von den ersten zwanzig durchgeführten Studien analysierten neun eine oder mehrere der genannten Einstellungen. Die alliierten Organisationen, die für diese Umfragen verantwortlich war, werden nun im zweiten Abschnitt dieses Kapitels vorgestellt.

4.2 Die Umfrageforschung der amerikanischen Streitkräfte

Das Hauptziel der amerikanischen psychologischen Kriegsführung war „[...]to persuade the Germans to quit fighting and submit.“¹⁴⁴ In der praktischen Umsetzung versuchte die *Psychological Warfare Division (PWD)* durch den Abwurf von Flugblattbomben, mit Lautsprechern oder über Radio die Deutschen zur Aufgabe zu bewegen. In der Feldforschung dominierte der militärische Kontext zu dieser Zeit die Fragestellung. Die Befragung deutscher Kriegsgefangener sollte u.a. Erkenntnisse über das Verhältnis deutscher Soldaten zum Nationalsozialismus ergeben. Nach der Invasion in der Normandie 1944 wurden darüber hinaus in größerem Umfang erbeutete Akten, Briefe, Zeitungsartikel

¹⁴³ Vgl. ebenda, S. 383f.

¹⁴⁴ BREITENKAMP, Edward C., *The U.S. Information Control Division and its Effect on German Publishers and Writers, 1945-1949*. Grand Forks 1953, S. 4; zit. in: BRAUN, Hans/ARTICUS, Stephan: *Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der amerikanischen Besatzungspolitik 1945-1949*, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 36, 1984, S. 704.

und abgehörte Rundfunksendungen analysiert.¹⁴⁵ Damit sollte ein Bild über die allgemeine Lage in Deutschland sowie über die psychische Verfassung und das Denken deutscher Soldaten entstehen, wie es sich jenseits von mündlichen und schriftlichen Befragungen aus der Inhaltsanalyse ergab.

Bis 1945 wurden Befragungen und deren Auswertung unabhängig voneinander sowohl von der *PWD* als auch dem *United States Strategic Bombing Survey (USSBS)* vorgenommen. Aufgrund der nötigen Sprachkenntnisse spielten dabei deutsche Emigranten und deutschstämmige Amerikaner eine wichtige Rolle.¹⁴⁶ Im Januar 1946 übernahm die *Opinion Survey Section*, als Teil der *Information Control Division (ICD)*, unter Leitung von Frederick W. WILLIAMS in Bad Homburg die Umfragetätigkeit für die Militärregierung in der amerikanischen Zone. Sie hatte folgende Aufgabe: „[...] to interview a cross-section of the German population on particular questions of interest to ICD and other divisions of the Office of Military Government.“¹⁴⁷ Nachdem die Daten in den einzelnen Ländern erhoben waren, wurden sie zur Auswertung nach Bad Homburg gebracht. Dort wurden die Antworten nach diversen Personenmerkmalen aufgegliedert und analysiert, um anschließend in Berichtform zu erscheinen.

Von Anfang an wurde dabei sehr viel Wert auf die wissenschaftliche Korrektheit der Umfragen gelegt. Im Vorwort zum ersten *Survey Report* mit dem Titel *Radio Listening in Germany* wurde vermerkt: „Personal interviews were made in 964 houses distributed the Zone so as to represent all types of residences, all classes of people, and city and rural dwellers in the same proportions as they appear in the whole population of the Zone.“¹⁴⁸ Im vierten *Report*¹⁴⁹ ist ein ähnlicher Hinweis zu finden: „Residents in each community were selected at random to be interviewed. The data presented here can be

¹⁴⁵ Vgl. ebenda, S. 707.

¹⁴⁶ Vgl. BAUSCH, Ulrich M.: Die Kulturpolitik der US-amerikanischen Information Control Division in Württemberg-Baden von 1945 bis 1949. Zwischen militärischem Funktionalismus und schwäbischem Obrigkeitsdenken. Stuttgart 1992, S. 203.

¹⁴⁷ Headquarters United States Forces, European Theater. Weekly Operations Bulletin, Issue # 7, 19 Januar 1946. RG 260 OMGUS, 5/233-3/1; zit. in: GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 19.

¹⁴⁸ Surveys Section, Intelligence Branch, Information Control Division, OMGUS, USFET. Report No. I. March 1, 1946. Radio Listening in Germany. Winter, 1946, p. 1; zit. in: GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 21.

¹⁴⁹ Der Titel des 4. Reports lautete: Incomes and Expenditures of German Families in the American Zone.

said to represent the population of families throughout the American Zone.”¹⁵⁰ In beiden angeführten Textstellen wird die “Repräsentativität” der Datenbasis und damit die Gültigkeit der Ergebnisse für die gesamte amerikanische Besatzungszone ausdrücklich betont.

Zwischen Oktober 1945 und September 1949 wurden von der *Opinion Survey Section 72 major surveys*¹⁵¹ durchgeführt sowie 194 Berichte erstellt.¹⁵² Dabei lassen sich nach Hans BRAUN und Stephan ARTICUS drei thematische Schwerpunkte ausmachen.¹⁵³

Einen ersten thematischen Schwerpunkt stellte die Ermittlung der Einstellung der deutschen Bevölkerung zur amerikanischen Besatzungspolitik. Verbunden damit war die Bewertung der Effektivität der Informationspolitik dar, ergänzt um Untersuchungen, die sich mit spezifischen Aspekten der Lebensbedingungen im besetzten Deutschland befassten. Hierzu zählten u.a. die Nahrungsmittelversorgung der Bevölkerung und die Unterbringung der Vertriebenen und Flüchtlinge.

Als zweiten Bereich nennen die Autoren die sozialwissenschaftliche Forschung, die im Zusammenhang mit der längerfristigen Perspektive der Demokratisierung Nachkriegsdeutschlands stand. Zu diesem Bereich gehörten Untersuchungen, die sich mit dem Weiterwirken nationalsozialistischer Denkhaltungen, mit den Erscheinungsformen und Konsequenzen der Entnazifizierung sowie mit den Voraussetzungen und Erfolgen der *Re-Education* befassten. Besonderes Augenmerk galt hierbei der Jugend und deren Einstellung zum Aufbau eines demokratischen Deutschlands sowie dem Versuch, zu verstehen, welche Ursachen die Entstehung und Akzeptanz des Nationalsozialismus hatte.

Der dritte thematische Bereich wurde in Anlehnung an MERRITT/MERRITT als Wandel von „Democratization to Anticommunism“¹⁵⁴ bezeichnet und befasste sich mit Fragen zur Sowjetunion sowie den Verände-

¹⁵⁰ Survey Section, Report No.4, Intelligence Branch, ICD, OMGUS, USFET; March 25, 1946. Incomes and Expenditures of German Families in the American Zone - Winter, 1946. p. 1; zit. in: GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 23.

¹⁵¹ Vgl. MERRITT, Anna J./MERRITT, Richard, L.: Public opinion in occupied Germany. The OMGUS surveys, 1945-1949. Urbana 1970, S. 3.

¹⁵² Vgl. ebenda, S. 69-317. Wobei zu beachten ist, dass drei Reports (No. 14a, 114a, 183-S) keine eigene fortlaufende Nummern erhielten, so dass der letzte Report die Nummer 191 trägt, jedoch eigentlich der 194zigste war.

¹⁵³ Vgl. Im Folgenden BRAUN/ARTICUS: Sozialwissenschaftliche Forschung, S. 705f.

¹⁵⁴ MERRITT/MERRITT: Public opinion in occupied Germany, S. 50.

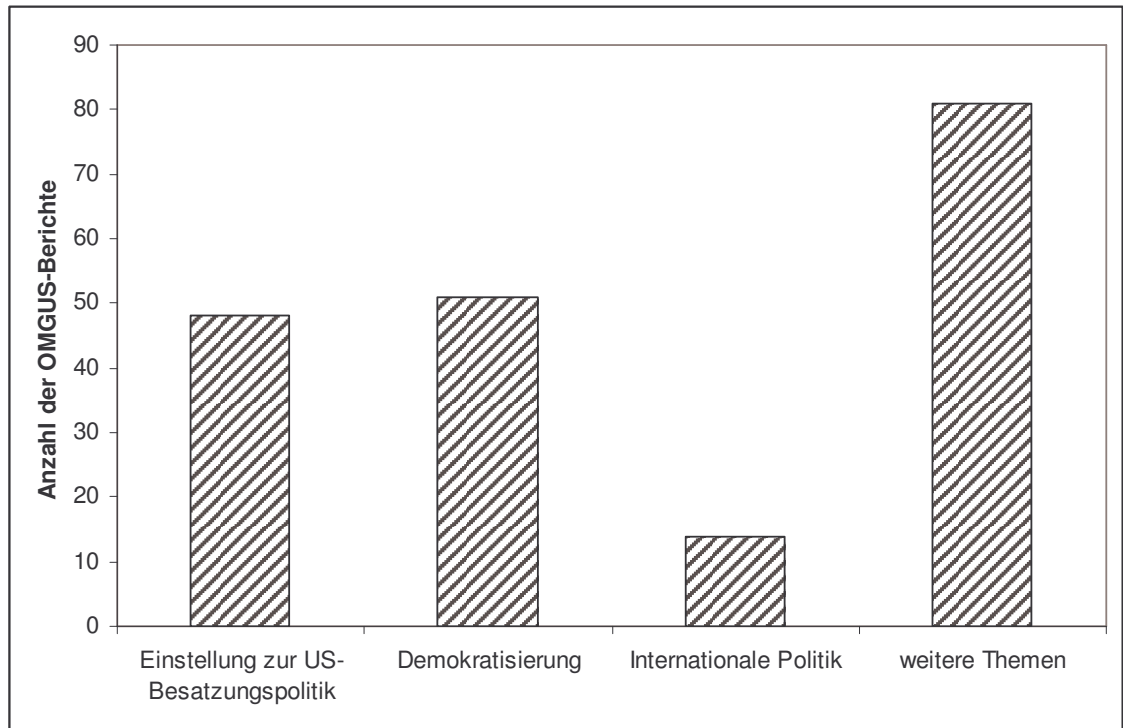
rungen zwischen den ehemaligen Verbündeten und dem Aufkommen des Kalten Krieges.

Die quantitative Verteilung¹⁵⁵ entsprechend den vorgestellten drei thematischen Schwerpunkten in Abbildung 4 zeigt eine ungefähr gleich große Anzahl an Umfragen, die den ersten beiden Bereichen (Einstellung zur US-Besatzungspolitik und Demokratisierung) zugeordnet werden können. Der dritte Bereich (Internationale Politik, insbesondere das Verhältnis zur Sowjetunion) fällt zahlenmäßig ab, wobei dies damit zu begründen sein dürfte, dass nur der Zeitraum der Jahre 1945 bis 1949 betrachtet wird.¹⁵⁶ Für den Zeitraum der Jahre 1949 bis 1955 dürfte die Verteilung anders ausfallen, da in diesem Zeitabschnitt das Verhältnis zwischen den Vereinigten Staaten und der Sowjetunion über den gesamten Betrachtungszeitraum Konflikt beladen war. Im Bereich „weitere Themen“ sind Umfragen zu diversen anderen Themen wie Radio, Zeitungen und Magazine, Kino, Währungsunion oder Religion zusammengefasst. Subsumiert man die Umfragen zu den ersten vier genannten Themen - Radio, Zeitungen, Magazine und Kino - unter dem Stichwort „Medien“, so ergibt sich ein weiterer vierter thematischer Schwerpunkt, wie in Abbildung 5 deutlich wird.

¹⁵⁵ Im Anhang findet sich eine Auflistung, wie der Verfasser die einzelnen Berichte klassifiziert hat. Die Grundlage für die Klassifizierung waren die Darstellungen in MERRITT/MERRITT: Public opinion in occupied Germany, S. 69-317. Es ist nicht auszuschließen, dass einzelne Reports auch hätten anders zugeordnet werden können, daher sollen die quantitativen Angaben nicht als „Datum“ sondern als Tendenz interpretiert werden.

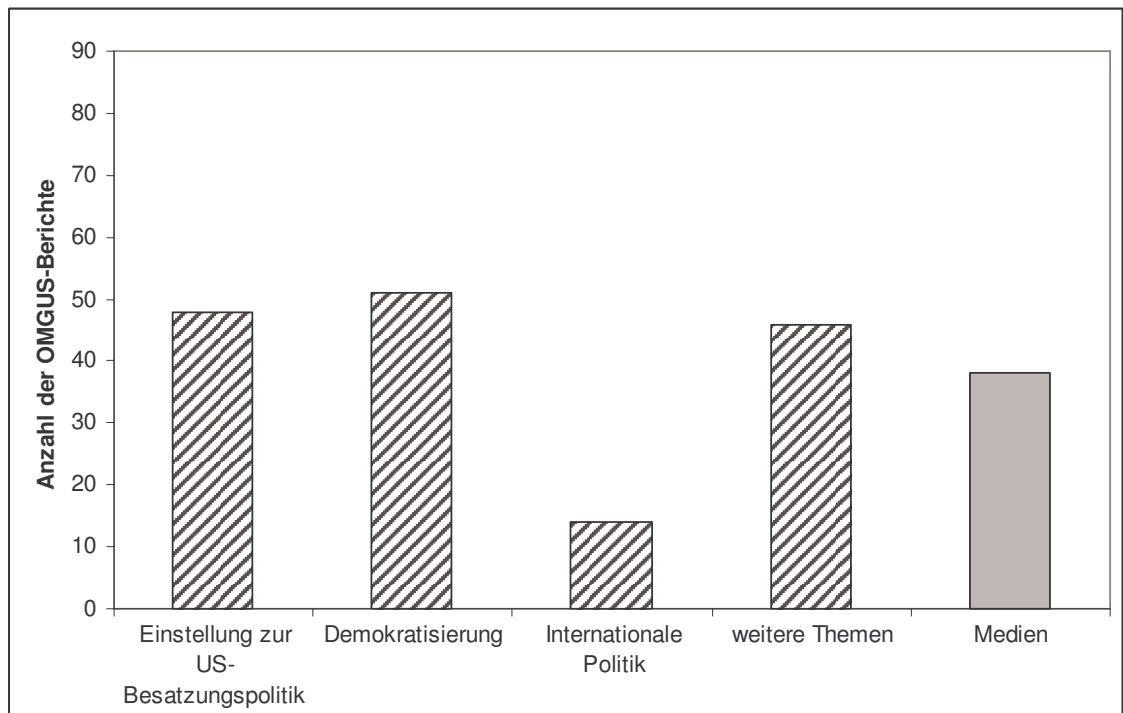
¹⁵⁶ Die Zweiteilung in einen Zeitraum von 1945 bis 1949 und einen von 1949 bis 1955 liegt darin begründet, dass im ersten Zeitraum die amerikanische Militärregierung (OMGUS) zuständig war, im zweiten die Hohe Kommission (HICOG), die mit der Gründung der Bundesrepublik die Militärregierung ablöste.

Abb. 4 Einteilung der *OMGUS*-Berichte nach thematischen Schwerpunkten I



Quelle: Vgl. MERRITT/MERRITT: Public opinion, S. 69-317. Eigene Darstellung.

Abb. 5 Einteilung der *OMGUS*-Berichte nach thematischen Schwerpunkten II



Quelle: Vgl. MERRITT/MERRITT: Public opinion, S. 69-317. Eigene Darstellung.

Der Vergleich der beiden Grafiken zeigt, dass ein vierter thematischer Schwerpunkt „Medien“ durchaus seine Berechtigung hat. Die große Anzahl an Umfragen im Bereich der Medien lässt den Schluss zu, dass den verantwortlichen Behörden sehr an Informationen darüber lag, wie die Deutschen sich informierten und welche Einstellung sie hinsichtlich dieser Informationsquellen hatten.

Eine weitere Möglichkeit zur thematischen Kategorisierung liefert GERHARDT. Sie gliedert die Umfragen in die thematischen Schwerpunkte „Alltagskultur und Mentalität“ (21 *Survey Reports*¹⁵⁷), „Wirtschaft bzw. wirtschaftliche Lage“ (zwölf *Survey Reports*) sowie „Politik“ (elf *Survey Reports*).

Die Umfragen zu diesen drei Themensträngen enthielten sowohl wiederkehrende als auch aktuelle Fragestellungen. Entscheidungen zu aktuellen Themen wurden aufgrund der Besorgnis getroffen, dass „[...] ungenügende Versorgung mit Nahrungsmitteln, Heizmaterial, Wohnraum und Arbeitsmöglichkeiten ein Potential tendenziellen Widerstands der Deutschen gegen die Demokratisierung verstärken mochte.“¹⁵⁸ Als Folge dieser Besorgnis und des anwachsenden Anti-Amerikanismus wurden im Oktober 1947 fünf spezielle Umfragen (*Report* № 68, 70, 72, 74, 76) durchgeführt, um die Meinung der Deutschen zu den aktuellen Problemen zu erfahren, sowie eine Umfrage (№ 73) die herausfinden sollte, wie die Deutschen am besten im Sinne der Demokratie zu beeinflussen wären.¹⁵⁹ Ein weiteres Beispiel dafür, dass die Themen der Umfragen vielfach speziell auf ein aktuelles Problem Bezug nahmen, war der *Survey Report* № 32 mit dem Titel *Income, Expenditures and Currency Holdings of the German Population and Attitudes toward general economic Problems*, der im Dezember 1946 zusammen mit der *Economic and Finance Division* der Militärregierung durchgeführt wurde. Im Zuge der bevorstehenden Währungsreform wurden dabei Daten, z.B. über die Höhe der Sparguthaben sowie die monatlichen Einnahmen und Ausgaben erhoben.¹⁶⁰

Im Verlauf des Jahres 1948 schied WILLIAMS aus seinem Amt aus. Sein Nachfolger wurde der Politologe Leo P. CRESPI, der auch den *Research*

¹⁵⁷ Vgl. GERHRADT, 2004, S. 25f.

¹⁵⁸ Ebenda, S. 28.

¹⁵⁹ Vgl. ebenda, S. 29f.

¹⁶⁰ Vgl. MERRITT/MERRITT: *Public opinion in occupied Germany*, S. 118ff.

Analysis Staff, die für die Umfragen zuständige Abteilung der Hohen Kommission, bis zu dessen Auflösung 1955 leitete. Der *Research Analysis Staff* erarbeitete in dieser Zeit 214 weitere *Survey Reports*. Gegenüber der Zeit bis 1949 änderten sich die Befragungen thematisch. Häufiger standen nun Fragen zur nationalen und internationalen Sicherheit infolge des aufkommenden Kalten Krieges im Vordergrund.¹⁶¹ Um den wissenschaftlichen Transfer aktueller Methoden, wie beispielsweise der Stichprobenauswahl, zu gewährleisten, förderte die Hohe Kommission im Dezember 1951 eine landesweit angelegte Tagung. Die in Weinheim an der Bergstraße stattfindende Tagung sollte dazu dienen, die Umfrageforschung in Westdeutschland zu verbreiten. Sie wird im fünften Kapitel eingehend vorgestellt.

4.3 Ziele der amerikanischen Surveys und die Einbeziehung deutscher Wissenschaftler

CRESPI nennt als Ziel der Umfragen der amerikanischen Militärregierung, antidemokratische und autoritäre Einstellungen in der deutschen Bevölkerung kenntlich und damit beherrschbar zu machen.¹⁶² GERHARDT spricht von einer doppelten Funktion, welche die Umfragen der amerikanischen Militärregierung bei der langfristigen Umwandlung Deutschlands in eine friedliche Nation mit demokratischer Gesellschaft¹⁶³ wahrnahmen. Einerseits sollten die Umfragen der Militärregierung verlässliche Daten zu den oben bereits angesprochenen Themen liefern, andererseits aber auch Deutsche bei der Erforschung der öffentlichen Meinung mit einzubeziehen¹⁶⁴ und sie mit dem aktuellen Stand der empirischen Forschung vertraut zu machen¹⁶⁵.

¹⁶¹ Vgl. BAUSCH: Kulturpolitik, S. 25.

¹⁶² Vgl. CRESPI, Leo P.: The Influence of Military Government Sponsorship in German Opinion Polling, in *International Journal of Opinion and Attitude Research* 4, 1984, S. 151-178; zit. in: KRÜKE, Anja/ZIEMANN, Benjamin: Meinungsumfragen in der Konkurrenzdemokratie. Auswirkungen der Demoskopie auf die Volksparteien und den politischen Massenmarkt 1945/49-1990, in: *Historical Social Research* 26, 2001, S. 172.

¹⁶³ Das Demokratisierungskonzept wurde in den frühen 1940er Jahren erarbeitet und diente zunächst dazu, im eigenen Land sicherzustellen, dass der Krieg gegen die Achsenmächte nicht zur Erosion demokratischer Lebensführung und Politik in den USA führte. Verantwortlich dafür war das *Office of War Information (OWI)*, dessen Aufgabe es war, zum einen die heimische Bevölkerung über kriegswichtige Maßnahmen zu informieren, zum anderen Meinungen und Überzeugungen der Bürger zu ermitteln. Vgl. hierzu GERHARDT, Uta: Der Einfluss der USA, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 31f.

¹⁶⁴ Bevor CLAY seine Entscheidung zugunsten einer Beteiligung Deutscher an den Umfragen getroffen hat, gab es eindeutige Empfehlungen, genau ebendies nicht zu tun. So schrieb MURPHY am 9. Juni 1945 in einem Memorandum an SHAEF: „Es ist von entscheidender Bedeutung, daß Deutsche nicht als Interviewer eingesetzt werden.“ Vgl. hierzu: Memorandum

Seit den dreißiger Jahren wurden in den USA, wie in Kapitel 3 gezeigt, bedeutende Fortschritte auf methodischer Ebene gemacht. Neben den Kenntnissen bezüglich der Skalen- und Stichprobentechnik¹⁶⁶ wurde die systematische Interviewerschulung als dritter bedeutender Fortschritt nach Deutschland transferiert. Durch diese sollte die Vergleichbarkeit der individuell erhobenen Befragungs- und Einstellungsdaten gewährleistet werden. Anfangs herrschte noch Skepsis gegenüber den deutschen Mitarbeitern, so dass diese ausschließlich bei der Durchführung der Umfragen und bei der Kodierung, dagegen nicht bei der Analyse der Befunde und der Abfassung der Berichte beschäftigt wurden.¹⁶⁷

Es stellte sich früh die Frage, ob es bei Befragungen einen Effekt auf das Ergebnis in Abhängigkeit der Person des Interviewers gibt, den so genannten *sponsorship effect*. Genauer gesagt, ob es einen Einfluss hat, welche Nationalität – deutsch oder us-amerikanisch – der Interviewer hat. 1948 wurde hierzu eine Studie durchgeführt, bei der einmal Amerikaner einmal Deutsche als Interviewer auftraten. CRESPI kommt zu dem Schluss, dass es zwar einen *sponsorship effect* gibt, dieser aber relativ unbedeutend sei. Hans BAUSCH führt dem entgegen an, dass die Umfrage zur Zeit der Berliner Luftbrücke in West-Berlin gemacht wurde, also an einem Ort und zu einem Zeitpunkt, an dem die Identifikation zwischen Deutschen und Amerikanern ihren Höhepunkt erreichte.¹⁶⁸ Zudem weist er auf ein Gespräch mit einem Mitarbeiter der ICD hin, wonach sich diese intern sehr wohl darüber im Klaren waren, „[...] daß »sponsoring effects« zu berücksichtigen sind.“¹⁶⁹ Diese Erkenntnis war der Auslöser für die von den Amerikanern geförderte Gründung eines deutschen

von Robert MURPHY: »Public Opinion Survey in US-Zone Germany.« Vom 9.6.45. An PWD/SHAEF.NARA RG 260. USGGC 7/52-1/13; zit. in: BAUSCH: Kulturpolitik, S. 31.

¹⁶⁵ Vgl. GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 64ff.

¹⁶⁶ Zumindest der Leiter der Stuttgarter Survey-Abteilung Ludwig LEFEBRE wies seine Mitarbeiter explizit an, nicht das von GALLUP verwendete Quoten-Verfahren bei der Ziehung der Stichprobe zu verwenden, sondern mit dem Random-Verfahren zu arbeiten. Er begründete dies mit einer Überbewertung der „upper class“ gegenüber anderen Schichten. Vgl. hierzu: BAUSCH: Kulturpolitik, S. 42ff. Eine Gegenüberstellung der beiden Verfahren findet im fünften Kapitel dieser Arbeit statt.

¹⁶⁷ Vgl. GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 67.

¹⁶⁸ Vgl. BAUSCH: Kulturpolitik, S. 23.

¹⁶⁹ Ebenda, S. 23.

Umfrageinstituts, des *Deutschen Instituts für Volksumfragen (DIVO)*¹⁷⁰ im Jahre 1950.

Auch nach der Gründung der Bundesrepublik hatten die Amerikaner an einer deutschen Sozialforschung auf der Grundlage modernster Methoden Interesse und ermöglichten vielen jungen Forschern Studienaufenthalte in den USA¹⁷¹, insbesondere an der *Columbia University* und der *University of Michigan Ann Arbor*. Zudem konnten alle Sozialforscher, die zum *Research Analysis Staff* gehörten oder am 1951 gegründeten *UNESCO-Institut für Sozialforschung* in Köln tätig waren, im Rahmen des *Cultural Exchange Program* zu mehrmonatigen Forschungsaufenthalten in die USA reisen.¹⁷²

Einen bedeutenden Schritt bei der deutsch-amerikanischen Zusammenarbeit und gleichzeitig beim Transfer methodischer Techniken stellte die *Darmstadt Community Survey* dar. Diese war die erste systematische stadtsoziologische Untersuchung Deutschlands. Sie orientierte sich an den bereits erwähnten *Middletown-Studien* des Ehepaares LYND und dauerte von 1949 bis 1952. Ursprünglich sollte das Verhältnis zwischen Arbeitern und Management, mit einem besonderen Augenmerk auf die Gewerkschaften, untersucht werden. Bis zur Fertigstellung wurden jedoch fünf weitere Themenfelder abgedeckt: (i) das Verhältnis zwischen der Stadt und ihrem stadtnah dörflichen „Hinterland“, (ii) Familienstrukturen, (iii) Jugend, (iv) Schule und (v) das Verhältnis zwischen Bürgern und Stadtverwaltung.¹⁷³ Die Studie erfüllte zwei Funktionen im Rahmen der Demokratisierung:

„[...] to encourage the Germans to study their own social and economical problems in their own communities. [...] The second objective is to use the project as a demonstration in realistic research. We want the trade unions and other groups at the local level to have an interest in this type of research and to participate in planning the study and later in facing the conclusions. We feel that the demonstra-

¹⁷⁰ Vgl. SCHAEFER, Wolfgang/MILLER, Mungo: Schwierigkeiten der Umfrageforschung in den fünfziger Jahren in Deutschland: Erinnerungen und Beobachtungen, in: ZUMA-Nachrichten 43, 1998, S. 10.

¹⁷¹ Beispielsweise im Rahmen eines Fulbright-Stipendiums. Dieses 1947 ins Leben gerufene Programm ermöglichte es bereits in den ersten sechs Jahren seines Bestehens über 10.000 jungen Deutschen für einen Studien- bzw. Forschungsaufenthalt in die USA zu reisen. Vgl. German-American Fulbright Commission: The First Class of Fulbrighters. URL: http://www.fulbright.de/commission/program/downloads/first_class_fulbrighters.pdf (Stand: 26.12.05), S. 4.

¹⁷² Vgl. GERHARDT: Zweimal Surveyforschung, S. 73.

¹⁷³ Vgl. ebenda, S. 35f.

tion or learning phases of the project will be more effective if in German hands.”¹⁷⁴

Neben der Ausbildung der entsprechenden Personen sollte auch bei regionalen Institutionen Interesse für diese Art von Untersuchung geweckt werden. Von us-amerikanischer Seite aus erhoffte man sich einen höheren Nutzen, wenn die Untersuchung von einem Deutschen geleitet würde. So übernahm mit Hans-Georg SCHACHTSCHNABEL erstmals ein Deutscher die alleinige Leitung einer deutsch-amerikanischen Forschergruppe sowie die Verantwortung zur Durchführung einer groß angelegten Untersuchung. Amerikanische Spezialisten schulten ihre deutschen Kollegen während der Vorbereitungen zur Studie u.a. (i) in der Entwicklung von auf bestimmte Themenfelder bezogenen Fragebögen und wie diese vorab in *Pre-Tests* auf ihre Tauglichkeit geprüft werden konnten. Des Weiteren in teilnehmender Beobachtung (ii), im Führen von Experteninterviews (iii), im Anfertigen von Einzelfallstudien (iv) sowie (v) in der Erstellung einer repräsentativen Stichprobe.¹⁷⁵ Der Umfang der vermittelnden Techniken verdeutlicht nochmals das ausgeprägte Interesse der Amerikaner an einem Gelingen des Kulturtransfers.

Dieses Kapitel hat gezeigt, dass Umfrageforschung für leitende amerikanische Stellen von enormer Bedeutung war. Bereits zu Beginn der vierziger Jahre wurde an Konzepten für ein Nachkriegsdeutschland gearbeitet. Während des Krieges fanden umfangreiche sozialwissenschaftliche Untersuchungen im Hinblick auf eine spätere erfolgreiche Umsetzung dieser Konzepte und der Demokratisierung Deutschlands statt. In den ersten Nachkriegsmonaten fiel die Entscheidung, dass die kommende empirische Arbeit nicht alleine von Amerikanern durchgeführt werden sollte. Von höchster Stelle ging die Weisung aus, auch Deutsche mit einzubinden, damit diese das so erworbene Wissen im Rahmen des Aufbaus eines demokratischen Deutschlands einsetzen konnten. Beherrschende Themen bei den Untersuchungen bis 1949 waren das Verhältnis zu und Verständnis über Amerika, soziale Probleme, internationale

¹⁷⁴ Brief, Leo N. WERTS, an Frankfurter Sparkasse 1822, Frankfurt A/M, Neue Mainzerstrasse 14. 20 January 1949. NACP, RG 260, OMGUS, Manpower Division, Labor-Management Technics Branch, Reorientation Program (Box 62); zit. in: GERHARDT: *Zweimal Surveyforschung*, S. 50.

¹⁷⁵ Vgl. ebenda, S. 58f.

politische Beziehungen, Medien, Demokratieverständnis bzw. -denken sowie Verankerung und Ursachen des Nationalsozialismus.

Die in dieser Zeit, teilweise mit Unterstützung der amerikanischen Behörden, entstandenen universitären und privatwirtschaftlichen Institute werden im letzten Kapitel vorgestellt.

5 Die Entstehung und Etablierung einer eigenständigen deutschen Umfrageforschung

Dieses Kapitel wird sich mit der Entwicklung der deutschen Umfrageforschung ab dem Ende der vierziger Jahre bis in die siebziger Jahre beschäftigen. Bereits in der Zeit der Militärregierung kam es zu privaten und universitären Institutsgründungen. Die bereits erwähnte von der Hohen Kommission unterstützte Tagung in Weinheim an der Bergstraße im Jahre 1951 war sicherlich ein Schlüsselereignis für die bundesrepublikanische Umfrageforschung und wird aus diesem Grund als erstes skizziert. In diesem Zusammenhang werden die auf der Tagung diskutierten Verfahren zur „richtigen“ Datenerhebung vorgestellt. Die beiden darauf folgenden Abschnitte beschäftigen sich mit der institutionellen Ebene. Zuerst mit der akademischen, dann mit der privatwirtschaftlichen. Hierbei werden Vorschläge zu einer Einteilung in Phasen gemacht. Als Orientierung zur Einteilung dient der Umfang der institutionellen Ausgestaltung. Der letzte Abschnitt dieses Kapitels befasst sich mit der Meinungsforschung in der Bundesrepublik. Hierbei werden Theorien über deren Wirkung im Vorfeld von Wahlen und allgemein auf die Öffentlichkeit vorgestellt sowie das Verhältnis der beiden großen Volksparteien zu Meinungsforschung dargestellt.

5.1 Weinheim und die Diskussion über das richtige Auswahlverfahren

Die Tagung „Empirische Sozialforschung“ fand vom 14. bis 16. Dezember 1951 in Weinheim statt. Sie ging auf Vertreter einzelner Meinungsforschungsinstitute sowie auf das Interesse an einer solchen Veranstaltung seitens der Hohen Kommission zurück.¹⁷⁶ CRESPI äußerte sich zur Intention der *HICOG* wie folgt:

„[...] it [is] an important part of our mission to offer aid and encouragement to German individuals and institutes who were trying to use survey techniques to shed light on the social, political and economic problems of German society. We have tried to provide aid not only because of a general interest in helping scientific colleagues, but

¹⁷⁶ Vgl. WEISCHER: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung', S. 2f.

also because we feel that public opinion research has so much to contribute to really democratic functioning of social institutions.¹⁷⁷

Während die amerikanische Seite den Ausbildungscharakter hervorhob, sollte die Tagung aus deutscher Sicht unter anderem zur Klärung beitragen, was Umfrageforschung zu den deutschen Sozialwissenschaften einerseits und andererseits zum politischen und ökonomischen Leben in Deutschland beitragen könne¹⁷⁸. Für den gesellschaftlich-politischen Bereich wurde der mögliche Beitrag der Umfrageforschung für den Prozess der Re-Etablierung der Demokratie betont. Wie CRESPI betonte auch ADORNO das „demokratische Potential“¹⁷⁹ in seinem Vortrag; Erich Peter NEUMANN sah die Möglichkeit zum Dienst an der Demokratie im „[...] politisch-pädagogischen Bereich, und zwar als Bindeglied zwischen oben und unten, unten und oben.“¹⁸⁰

Auf der Weinheimer Tagung waren Sozialwissenschaftler und Marktforscher noch nicht getrennt.¹⁸¹ Dazu kam es erst einige Jahre später mit der Gründung der *Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute (ASI)* im Jahre 1953¹⁸² und des *Arbeitskreises für betriebswirtschaftliche Markt- und Absatzforschung*¹⁸³ (ADM) zwei Jahre später im Jahre 1955. Aus allen Teilbereichen der Umfrageforschung - den wissenschaftlichen Forschungsinstituten¹⁸⁴, den Markt- und Meinungsforschungsinstituten¹⁸⁵ sowie der amtlichen Statistik - waren insgesamt 117 Vertreter angereist. Weitere 13 Teilnehmer nahmen in ihrer

¹⁷⁷ CRESPI, Leo P.: America's Interest in German Survey Research, in: Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952, S. 215.

¹⁷⁸ Vgl. FRIEDEBURG, Ludwig von: Wie war das damals? Zur Erinnerung an die erste Arbeitstagung über empirische Sozialforschung in der Bundesrepublik, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 23.

¹⁷⁹ ADORNO: Zur gegenwärtigen Stellung der empirischen Sozialforschung in Deutschland S. 13 und S. 14.

¹⁸⁰ NEUMANN, Erich Peter: Politische und soziale Meinungsforschung in Deutschland, in: Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952, S. 46.

¹⁸¹ Vgl. SCHEUCH: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland, S. 8.

¹⁸² Vgl. Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V.: Wer ist die ASI?, URL: <http://www.gesis.org/asi/asi1.html> (Stand: 10.12.05).

¹⁸³ 1960 und 1989 erfolgten jeweils Namensumbenennungen. Heute firmiert die Vereinigung unter dem Namen *ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute*. Vgl. ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute: Wir über uns, URL: <http://www.adm-ev.de/> (Stand: 10.12.05).

¹⁸⁴ *Institut für Sozialforschung* in Frankfurt, *UNESCO-Institut für Sozialforschung* in Köln etc. Vgl. Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Methodenforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952, S. 10-14.

¹⁸⁵ *Institut für Demoskopie, DIVO, ifo-Institut, Emnid-Institut*, etc. Vgl. ebenda, S. 10-14.

Eigenschaft als Vertreter von Organen der amerikanischen Besatzungsbehörden an der Tagung teil. Thematisch wurden schwerpunktmäßig neben den möglichen Anwendungsbereichen über diverse Auswahl- und Erhebungsverfahren diskutiert. Bei den Verfahren zur Datenerhebung stand das standardisierte Interview im Vordergrund. Damit verbunden wurden das Interviewerverhalten, die Formulierung von Fragen sowie Probleme der Verschlüsselung offener Fragen erörtert.¹⁸⁶

Wesentlich kontroverser ging es beim Austausch über die Verfahren zur Datenauswahl und damit einhergehend mit der Frage zu, welche Auswahlverfahren eingesetzt werden können, um die Repräsentativität von empirischen Befunden sicherzustellen.¹⁸⁷ Hier standen sich Anhänger von Random- und Quoten-Verfahren gegenüber. Die Kontroverse über das „richtige“ Verfahren wurde auf der Tagung nicht gelöst, sondern noch viele Jahre scharf diskutiert.¹⁸⁸ Theoretiker sprachen sich dabei grundsätzlich für das Stichprobenverfahren aus, während Marktforschungsinstitute aus praktischen Gründen häufig das Quoten-Verfahren favorisierten. Beide Verfahren sollen nachfolgend kurz dargestellt werden.

„Zufallsgesteuerte“ Auswahlmethoden (engl. „random“) kommen dem wahrscheinlichkeitstheoretischen Modell relativ nahe. Dabei wird unter „Zufall“ ein streng systematisches Verfahren verstanden, das folgende Bedingung erfüllen muss: „Jedes Element des Universums muß eine berechenbare und von Null verschiedene Chance haben, ausgewählt zu werden.“¹⁸⁹

¹⁸⁶ Vgl. WEISCHER: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung', S. 12.

¹⁸⁷ Vgl. ebenda, S. 13.

¹⁸⁸ Beispielsweise WENDT, Friedrich: Wann wird das Quotenverfahren begraben?, in: Allgemeines Statistisches Archiv 44, 1960, S. 35-40. Betrachtet man die Anzahl der Veröffentlichungen im Allgemeinen Statistischen Archiv zum Themenkomplex „Erhebungsverfahren, Stichproben, Versuchsplanung“ im Zeitablauf, so ergibt sich folgendes Bild: Von 1949-54 13 Beiträge, 1955-59 sechs, 1960-64 elf, 1965-69 einer. Vgl. WEISCHER, <http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/christoph.Weischer/>, Abbildung B 32. Diesen Maßstab vorausgesetzt, kann festgestellt werden, dass die Diskussion bis weit in die sechziger Jahre hinein fort dauerte.

¹⁸⁹ KELLERER, Hans: Statistik im modernen Wirtschafts- und Sozialleben. Hamburg 1966, (64.-74. Tausend), S. 149.

Hans KELLERER unterscheidet vier Typen von Auswahlverfahren:¹⁹⁰ (i) das *einfache*, (ii) das *geschichtete*, (iii) das *Klumpen-Auswahlverfahren* sowie (iv) das *mehrstufige Auswahlverfahren*.

Beim *einfachen Stichproben-Verfahren* wird die Grundgesamtheit mit einer Ordnungsnummer durchnummeriert und der Stichprobenumfang festgelegt. Anschließend werden zufällig bestimmte Ordnungsnummern ausgewählt. Dies kann z. B. durch eine vom Computer zufällig erzeugte Liste mit Ordnungsnummern oder durch Festlegen bestimmter Endnummern geschehen.¹⁹¹

Das *geschichtete Auswahlverfahren* wird angewandt, wenn die Grundgesamtheit heterogen ist. Dazu werden verschiedene Schichten gebildet, die eine größere Homogenität besitzen. Die weitere Auswahl wird dann innerhalb der einzelnen Schichten getroffen, um den Streubereich zu verkleinern. Wenn beispielsweise eine Untersuchung unter den Abonnenten einer überregionalen Tageszeitung durchgeführt werden soll, die allerdings über unterschiedlich viele Leser in Nord- und Süddeutschland verfügt, gliedert man die Leser nach Schichten - hier Bundesländern - auf und zieht dann pro Schicht eine Zufallsstichprobe, um zu verhindern, dass einzelne Bundesländer aufgrund der ungleichmäßigen Verteilung des Leserkreises über- bzw. unterrepräsentiert sind.¹⁹²

Das *Klumpen-Auswahlverfahren* findet Anwendung, wenn nicht für die gesamte Grundgesamtheit Informationen vorliegen, die Aktualität dieser nicht gewährleistet ist, bzw. um Kosten bei der Befragung zu minimieren. Am Beispiel einer Mieterbefragung in einer Großstadt wird das Verfahren verdeutlicht: Zunächst wird anhand eines entsprechend großen Stadtplanes das gesamte Stadtgebiet in Häuserblocks (*Klumpen*) eingeteilt und diese von eins an aufsteigend durchnummeriert. Sollen fünf Prozent der Mieter befragt werden, wird demzufolge jeder zwanzigste der zuvor nummerierten Häuserblocks ausgewählt und in die Untersuchung einbezogen.¹⁹³

¹⁹⁰ Vgl. ausführlich hierzu: KELLERER, Hans: Wesen, Wert und Grenzen des Stichprobenverfahrens für die empirische Sozialforschung, in: Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952, S. 103-116; KELLERER: Statistik, S. 144-160 sowie NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: Alle, nicht jeder, S. 238-244.

¹⁹¹ Vgl. NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: Alle, nicht jeder, S. 238ff.

¹⁹² Vgl. ebenda, S. 240f.

¹⁹³ Vgl. ebenda, S. 241.

Beim *Mehr-Stufen-Auswahlverfahren* werden ebenfalls zunächst *Klumpen* zufällig ausgewählt, anschließend erfolgt auf mehrere Stufen nochmals eine Auswahl nach dem einfachen Stichprobenprinzip. „Wesentlich ist, daß die Auswahl [...] zufallsgesteuert ist, also *jedes subjektive Moment bei der Auswahl ausscheidet*.“¹⁹⁴ Ein Beispiel für dieses Verfahren ist das dreistufig geschichtete Stichproben-System des ADM. Auf der ersten Stufe wird die Bundesrepublik in 64.000 echte, teils synthetisch zusammengefügte Stimmbezirke (*sampling points*) aufgeteilt.¹⁹⁵ Aus diesen wird dann eine geschichtete Zufallsstichprobe von insgesamt 420 Stimmbezirken gezogen. Auf der mittleren Stufe erfolgt die Auswahl der Haushalte durch die Interviewer des jeweiligen Institutes. Diese werden angewiesen nach genauen Regeln vorgegebene Straßenzüge abzulaufen und die Namen und Adressen der Bewohner aufzulisten. Aus dieser Liste werden dann nach dem Zufallsprinzip eine bestimmte Anzahl Adressen ausgewählt. Beispielsweise führt die Auswahl von fünf Adressen pro Stimmbezirk bei 420 Stimmbezirken zu einer Zufallsstichprobe von 2100 Haushalten. Auf der letzten Stufe werden aus den ausgewählten Haushalten die Interviewpartner bestimmt. Hierfür wird das Geburtstagsprinzip angewandt, d.h. es wird derjenige Haushaltsangehörige über 16 Jahre ausgesucht, dessen Geburtstag die niedrigste Zahl zwischen 1 und 31 hat.¹⁹⁶ Für die Mitgliedsinstitute des ADM wird die erste Stufe zentral durchgeführt und jedem Institut seine eigenen Stimmbezirke zugeteilt. Im Ergebnis erhält jedes Institut repräsentative Stichproben der deutschen Stimmbezirke. Die Kosten hierfür sind jedoch weit geringer, als wenn jedes Institut für sich genommen die Stichprobe erhoben hätte.¹⁹⁷

Problematisch bei dieser Methode ist die Unterrepräsentativität junger Leute aufgrund der geringeren Wahrscheinlichkeit interviewt zu werden. Einerseits, weil sie in vielen Fällen noch zu Hause wohnen und die Wahrscheinlichkeit in einem Mehr-Personenhaushalt interviewt zu werden aufgrund der Geburtstagsregelung geringer ist als in einem Single-Haushalt. Andererseits, weil sie tendenziell mobiler sind und so seltener zu Hause angetroffen werden.

¹⁹⁴ KELLERER: Statistik, S. 151. Hervorhebungen wie im Original.

¹⁹⁵ Vgl. NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: Alle, nicht jeder, S. 242.

¹⁹⁶ Vgl. ebenda, S. 241ff.

¹⁹⁷ Vgl. von der HEYDE, Christian: Probleme und Entwicklungstrends der Umfrageforschung. Stichprobenverfahren in der Umfrageforschung, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 142.

Eine rechnerische Korrektur ist schwierig, da „häuslichere“ Jugendliche und junge Erwachsene nicht für ihre „mobileren“ Altersgenossen repräsentativ sind.¹⁹⁸

Das Quoten-Verfahren beginnt mit einer statistischen Aufstellung der Grundgesamtheit beispielsweise nach Alter, Geschlecht, Wohnort oder Berufsgruppe. Für jeden Interviewer werden Quoten ausgearbeitet, wie viele Angehörige der jeweiligen Gruppe (z. B. Frauen und Männer) er befragen muss, so dass sich nach der Zusammensetzung aller dieser statistischen Quoten wieder das Bild der Grundgesamtheit ergibt. Innerhalb der angegebenen Quoten haben die Interviewer bei der Auswahl der zu befragenden Personen freie Hand, dürfen diese allerdings nur einmal pro Halbjahr befragen.¹⁹⁹ Wichtig ist für ein korrektes Ergebnis bei dieser Methode, dass der Interviewer z.B. durch Quoten gezwungen wird, „[...] aus seiner eigenen sozialen Schicht oder Alters- oder Geschlechtsgruppe herauszugehen sowie Personen zu befragen, die seltener zu Hause sind, wie beispielsweise berufstätige, insbesondere jüngere Menschen.“²⁰⁰ Weiter ist zu beachten, dass der Fragebogen eine große thematische Breite hat. Damit soll verhindert werden, dass der Interviewer, trotz gegenteiliger Instruktion, sich verstärkt an sachkundige Personen wendet und die Ergebnisse nicht mehr repräsentativ sind.²⁰¹

Gerhardt SCHMIDTCHEN formuliert folgende Bedingungen, die für die Anwendung des Quoten-Verfahrens notwendig sind:²⁰² (i) Durch Vorgabe einer objektiven und zugleich spezifischen Quote soll der Interviewer gezwungen werden, außerhalb seines eigenen sozialen Milieus tätig zu werden. (ii) Der Fragebogen soll verschiedene Themen behandeln und in allen sozialen Gruppen zu gleichmäßig erfolgreichen Interviews führen. (iii) Jeder Interviewer soll maximal zehn Interviews führen. (iv) Die Befragungsaufträge müssen so verteilt sein, dass der Interviewer i.d.R. an seinem Wohnort interviewen kann. (v) Der größte Teil der Interviews soll in den Wohnungen durchgeführt werden, da bei Straßenbefragungen mobile Personen überrepräsentiert sind. (vi) Eine zentrale Leitung des Interviewernetzes soll Varianzen ausschalten. (vii) Eine

¹⁹⁸ Vgl. NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: Alle, nicht jeder, S. 244.

¹⁹⁹ Vgl. ebenda, S. 255f.

²⁰⁰ Ebenda, S. 258f.

²⁰¹ Vgl. ebenda, S. 259.

²⁰² Vgl. SCHMIDTCHEN, Gerhard: Die repräsentative Quotenauswahl. Bericht über ein Quota-Random-Experiment des Instituts für Demoskopie Allensbach. Allensbach 1961, S. 66f.

langfristig gleichförmige Behandlung, d.h. eine ausgeglichene thematische Beschäftigung des Interviewernetzes. NOELLE-NEUMANN und Thomas PERTERSEN ergänzen diese Bindungsliste noch um das Vorliegen zuverlässiger statistischer Unterlagen zur Quotenberechnung.²⁰³

Zusammenfassend kann man sagen, dass für das Random-Verfahren die vollständig entwickelte Theorie und die Möglichkeit, die Standardabweichung der Aussage angeben zu können, sprechen.²⁰⁴ Von Nachteil ist dabei, dass relativ niedrige Erfüllungsquoten Zweifel an der Repräsentativität der zuvor zufällig gezogenen Stichprobe aufkommen lassen können²⁰⁵ und wie oben bereits erwähnt, bestimmte Bevölkerungsgruppen unterrepräsentiert sind, ohne dass dies mathematisch korrigiert werden könnte.

Die Vorteile des Quoten-Verfahrens bei Beachtung der angeführten Bedingungen „[...] sind *Kostensparnis* und *Zeitgewinn*“²⁰⁶ sowie die Möglichkeit, dass „[...] man mit seiner Hilfe auch ganz spezielle Personengruppen für eine Befragung auswählen kann“²⁰⁷, was mit dem Random-Verfahren nicht oder nur zu stark erhöhten Kosten möglich ist. Die Nachteile liegen in den gegenüber dem Random-Verfahren höheren Bedingungen für eine repräsentative Auswahl sowie in der schwierigeren Kontrolle der Arbeit der Interviewer.²⁰⁸

5.2 Akademische Umfrageforschung

5.2.1 Zwei Gründungsphasen

In der ersten Gründungsphase von 1946 bis 1951 nahmen jene Forschungsinstitute ihre Arbeit auf, die einen prägenden Einfluss auf die empirische Sozialforschung hatten. Zur zweiten Gründungsphase kam es, als zu Beginn der sechziger Jahre viele Forscher die Institute verließen, um sich auf den neugeschaffenen Lehrstühlen der Universitäten zu etablieren. Dies ist zugleich der Beginn der „Wachablösung“ in der soziologischen Forschung, da nun die Nachkriegsgeneration der Soziologen die ältere Forschergeneration ablöste. Im Verlauf der sechziger Jahre trat eine Generation an, von denen die meisten zu

²⁰³ Vgl. NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: *Alle, nicht jeder*, S. 279.

²⁰⁴ Vgl. KELLERER: *Wesen, Wert und Grenzen des Stichprobenverfahrens*, S. 104 sowie NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: *Alle, nicht jeder*, S. 263ff.

²⁰⁵ Vgl. NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: *Alle, nicht jeder*, S. 268.

²⁰⁶ KELLERER: *Statistik*, S. 111. Hervorhebungen wie im Original.

²⁰⁷ NOELLE-NEUMANN/PETERSEN: *Alle, nicht jeder*, S. 280.

²⁰⁸ Vgl. ebenda, S. 279.

Beginn der zwanziger Jahre geboren wurden und die die Weimarer Zeit als Jugendliche, nicht aber als Wissenschaftler kannten.

In beiden Phasen war die Institutionalisierung der empirischen Sozialforschung an den Hochschulen eng mit derjenigen der Soziologie verbunden²⁰⁹. Hier bildeten sich im Verlauf drei „Schulen“ heraus - die Frankfurter um HORKHEIMER und ADORNO, die Kölner um René KÖNIG sowie diejenige um SCHELSKY. Auf die unterschiedlichen Denkweisen der drei Schulen wird jedoch in dieser Arbeit nicht weiter eingegangen.²¹⁰

Die erste Gründungsphase, also jene die im Bereich der Forschungsinstitute stattfand, war geprägt von den Folgen des Zweiten Weltkriegs. Mitte der vierziger, Anfang der fünfziger Jahre bestand ein großes Interesse an soziologisch gewonnen Erkenntnissen zu den beherrschenden Fragestellungen: (i) Integrationsprobleme der Vertriebenen, (ii) Neuordnung der Wirtschaft, (iii) Demokratisierung und (iv) Lebensideologie.²¹¹ Die inhaltliche Nähe dieser Fragestellungen zu den im Auftrag der amerikanischen Besatzungsbehörden durchgeführten Umfragen ist offensichtlich und verdeutlicht nochmals die außerordentliche Stellung dieser Themen in den Nachkriegsjahren.

Neben dem thematischen Aspekt war die Frage nach der Ausgestaltung des institutionellen Arrangements von hervorgehobener Bedeutung. Dafür gab es zwei Möglichkeiten: die Form eines (i) Seminars sowie diejenige eines (ii) Instituts:

(i) Das Seminar, welches traditionell die Organisationsform der Geisteswissenschaft in Deutschland war, war die vorherrschende Form der institutionellen Ausgestaltung. Dies bedeutete eine Arbeitsgemeinschaft von Professoren und Studenten, kleinstbetriebliche Verhältnisse und Forschung vorzugsweise als Beiprodukt der Lehrfunktion des Professors.²¹² Die Forschung hatte demnach gegenüber den weiteren Verpflichtungen (Lehre, Prüfungen, Verwaltung) eher einen randständigen Charakter und somit waren die Seminare als Träger empirischer Sozialforschung nur bedingt geeignet. Die Finanzierung

²⁰⁹ Zur Verankerung der Soziologie in den Nachkriegsjahren siehe KERN: Empirische Sozialforschung, S. 217-229.

²¹⁰ Für einen Überblick siehe ebenda, S. 220-229.

²¹¹ Vgl. ebenda, S. 218ff.

²¹² Vgl. ebenda, S. 229f.

erfolgte dabei größtenteils über einzelne Projekte von Nachwuchskräften mit kurzfristigen Zeitverträgen. Die erfahreneren Kräfte beschränkten sich hauptsächlich auf anregende und kontrollierende Aufgaben. Somit wurde die empirische Basisarbeit von tendenziell fachlich überforderten Anfängern gemacht, während die Qualifizierteren unter ihren Möglichkeiten blieben. Die Abhängigkeit von Projekten erlaubte zudem kaum einen längerfristigen Aufbau einer Forscherkarriere.²¹³

(ii) Bei den Instituten²¹⁴ kann man zwischen vollständig selbstständigen (Gruppe 1), selbstständigen, aber an einer Universität angeschlossenen (Gruppe 2) und universitätsintegrierten Instituten (Gruppe 3) unterscheiden. Mit der Wiedereröffnung der von den Nationalsozialisten geschlossenen Institute kam es in der Regel auch zur Wiederaufnahme der vom Institut oder dessen Leiter herausgegebenen Zeitschrift.

Zur ersten Gruppe zählen beispielsweise das 1951 in Köln gegründete *UNESCO-Institut für Sozialwissenschaft*²¹⁵ sowie das fünf Jahre zuvor ebenfalls in der Domstadt gegründete *Wirtschaftswissenschaftliche Institut der Gewerkschaften (WWI)*. Das *UNESCO-Institut* beschäftigte sich bis zu seiner Schließung 1958 mit Gemeinde- und Schichtungssoziologie, während das *WWI* thematisch breit gestreut im Bereich der Wirtschaftswissenschaften empirisch arbeitete.

Zur zweiten Gruppe, also den selbstständigen Instituten an einer Universität, gehörten die 1946 ins Leben gerufene *Sozialforschungsstelle Dortmund* (als Institut an der Universität Münster) sowie das 1950 wiedereröffnete *Institut für Sozialforschung* in Frankfurt. Erstgenanntes hatte in den 50er Jahren seinen Schwerpunkt im Bereich der Industriesoziologie, in den 60er Jahren unter SCHELISKY dann in der Theorie und Methodologie sowie in der Wirtschafts-, Verwaltungs-, Wissenschafts- und Entwicklungsländersoziologie. Das Frankfurter Institut hatte seine Arbeitsschwerpunkte in der Gesellschaftstheorie und soziologischen Methodologie, in der Analyse von politischem Bewusstsein und Verhalten sowie ebenfalls der Industriesoziologie. Zu dieser Gruppe zählte ebenfalls das *Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung* in Darmstadt, welches jedoch eine Sonderstellung einnahm, da sein ausschließlicher Zweck

²¹³ Vgl. ebenda, S. 231.

²¹⁴ Vgl. im Folgenden KERN: Empirische Sozialforschung, S. 230f. sowie ebenda, 314ff.

²¹⁵ Für eine ausführliche Darstellung der einzelnen Institute siehe auch WEISCHER: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung', S. 58-97.

in der Durchführung der *Darmstadt-Studie* in den Jahren 1949 bis 1953 bestand.

Das *Forschungsinstitut für Sozial- und Verwaltungswissenschaften* in Köln führt KERN als Beispiel für die letztgenannte Gruppe auf. Dieses befasste sich vorzugsweise mit Soziologie, Sozialpolitik und Sozialrecht sowie Kommunal- und Verwaltungswissenschaften. Es war 1947 als Nachfolger des 1934 geschlossenen *Forschungsinstitutes für Sozialwissenschaften* gegründet worden und war bis zu seiner Aufteilung auf verschiedene Fakultäten ein gemeinsames Institut der Wirtschaft- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät sowie der Rechtswissenschaftlichen Fakultät.

1951, das Jahr der letzten Gründung eines der vorstehend aufgeführten Institute, war der Beginn einer Phase der Konsolidierung, die ein knappes Jahrzehnt andauerte. Mit dem weiteren Ausbau der Universitäten zum Ende der fünfziger, Anfang der sechziger Jahre endete diese Phase. Bis zum Beginn der folgenden, nun an den Universitäten stattfindende, „zweite Gründungsphase“, war die Soziologie ein kleines Fach und wies bis dahin unter den Hauptfachstudenten nur einen geringen Anteil aus. Um 1960 beginnt eine starke Ausweitung des Faches, zuerst in Bezug auf die Studierenden, dann auch in Bezug auf die Lehrenden²¹⁶, wie Abbildung 6 weiter unten verdeutlicht. Günther LÜSCHEN hat ermittelt, dass im Zeitraum von 1951/52 bis 1976/77 „[...] die Zahl der im Hauptfach Soziologie studierenden Studenten relativ um das 10-fache und absolut um das 59-fache [...] gestiegen ist.“²¹⁷ Ungefähr zeitgleich gab es eine Veränderung im thematischen Schwerpunktbereich: Nachdem die Folgen des Krieges weitgehend überwunden waren und das Wirtschaftswunder seinen Lauf nahm, rückte nun die Industriesoziologie in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses.

Auf der personellen Ebene begann an den forschungsstarken Instituten eine Abwanderungswelle junger Wissenschaftler in Richtung der Universitätslehrstühle. Viele Forscher nahmen einen Ruf an einen der neu gegründeten Lehrstühle an und zogen die finanzielle Absicherung und das hohe gesellschaftliche Prestige eines Professors den unsicheren Karrierechancen an den

²¹⁶ Vgl. LÜSCHEN, Günther: Anmerkungen zur Entwicklung und zum Praxisbezug der deutschen Soziologie, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 21, S. 4.

²¹⁷ Ebenda, S. 6.

Instituten vor. So kam es zu einem Sog aus den „[...] recht forschungsstarken Forschungsinstituten heraus in die eher forschungsschwachen Universitätsseminare hinein [...]“²¹⁸. KERN veranschaulicht dies am Beispiel dreier Forschergruppen, deren Namen mit der Industriesoziologie stark verbunden sind.²¹⁹

Die Gruppe an der *Sozialforschungsstelle Dortmund* um Heinrich POPITZ, Hans-Paul BAHRDT, Ernst August JÜRES und Hanno KESTING ging in ihren Studien zur *Technik und Industriearbeit*²²⁰ sowie über *Das Gesellschaftsbild des Arbeiters*²²¹ der Frage nach, welchen Wandel die Industriearbeit im Zuge der Technisierung erfährt und wie sich die Veränderungen auf das traditionelle Klassenbewusstsein auswirken. Aus dieser Gruppe nahmen drei Mitarbeiter in den folgenden Jahren einen Ruf an: POPITZ 1959 nach Basel (Habilitation 1957 in Freiburg), BAHRDT 1959 nach Hannover (Habilitation 1958 in Mainz) und KESTING 1967 nach Bochum (Habilitation 1966 in Aachen).

Theo PIRKER, Siegfried BRAUN und Burkhart LUTZ untersuchten in ihrer Studie *Arbeiter, Management und Mitbestimmung*²²² am *WWI* Rückwirkungen der Rationalisierung auf die Sozialstruktur des Betriebes. PIRKER wurde 1972 Professor an der FU Berlin²²³, LUTZ arbeitet derzeit am Zentrum für Sozialforschung in Halle²²⁴.

Die dritte Gruppe um Ludwig von FRIEDEBURG, Manfred TESCHNER und Friedrich WELTZ fragte am Frankfurter *Institut für Sozialforschung* nach den objektiven Bedingungen und Funktionen der Erwartungen und Einstellungen, welche die Arbeiter an den Betrieb herantrugen²²⁵. Von FRIEDEBURG habilitierte 1960 in Frankfurt und wurde zwei Jahre später Professor in Berlin, TESCHNER 1967 in Darmstadt.

²¹⁸ KERN: Empirische Sozialforschung, S. 237f.

²¹⁹ Vgl. im Folgenden ebenda, S. 236ff.

²²⁰ POPITZ, Heinrich et al.: *Technik und Industriearbeit*. Tübingen 1957.

²²¹ POPITZ, Heinrich et al.: *Das Gesellschaftsbild des Arbeiters*. Tübingen 1957.

²²² PIRKER, Theo et al.: *Arbeiter, Management und Mitbestimmung*. Stuttgart 1955.

²²³ Merkwürdigerweise führt KERN PIRKER nicht als Professor auf, obwohl KERNs Veröffentlichung aus dem 1982 stammt und PIRKER zu diesem Zeitpunkt bereits seit zehn Jahren Professor war. Für den Lebenslauf von PIRKER vgl. RABEHL, Bernd/WILKE, Manfred: *Zum Tode von Theo Pirker (2.3.1922 - 31.8.1995). Ein Leben wider den faulen Kompromiß*. URL: <http://web.fu-berlin.de/fun/1995/10-95/l2.htm> (Stand: 26.12.05).

²²⁴ Vgl. Zentrum für Sozialforschung Halle e.V.: o.A., URL: <http://www.zsh-online.de/mitarbeiter.php?id=007> (Stand: 26.12.05). Über den Zeitpunkt seiner Berufung zum Professor gibt der Lebenslauf keine Auskunft.

²²⁵ FRIEDEBURG, Ludwig von: *Soziologie des Betriebsklimas. Studien zur Deutung empirischer Untersuchungen in industriellen Großbetrieben*. Frankfurt/Main 1963.

So ergab sich ein typisches Karrieremuster: Durch herausragende Forschungsleistungen ergab sich die Möglichkeit eine Universitätsprofessur zu erlangen. Nach der Rufannahme verlagerte sich dann allerdings der Tätigkeitsschwerpunkt weg von der Forschung hin zur Lehre, Prüfung und administrativen Tätigkeiten. Dies hatte zur Folge, dass die Institute immer wieder ihre fähigsten Mitarbeiter verloren und die empirische Sozialforschung in „[...] Gefahr geriet, das Qualifikationsniveau zu unterschreiten, das innovative Forschungen in der ersten Hälfte der fünfziger Jahre gesetzt hatten.“²²⁶

5.2.2 Die Blütezeit

Ab Mitte der sechziger Jahre wurde der empirischen Sozialforschung von politischer Seite aus ein höherer Stellenwert zugeordnet. Bereits während der Zeit der Großen Koalition, jedoch besonders mit Beginn der sozial-liberalen Koalition im Jahre 1969 verbesserten sich die materiellen und politischen Voraussetzungen für sozialwissenschaftliche Forschung. Dies drückt sich auch in der Anzahl der Institutsneugründungen aus, wie am Beispiel der Forschungsinstitute mit überwiegend industriesoziologischer Orientierung gezeigt werden soll. Gab es vor dieser Zeit nur ein solches Institut (das *Institut für Sozialforschung* Frankfurt), kamen zwischen 1965 und 1972 fünf weitere hinzu:²²⁷ 1965 das *Institut für sozialwissenschaftliche Forschung* in München, 1969 das *Institut für Sozialforschung und Sozialwirtschaft* in Saarbrücken, das *Soziologische Forschungsinstitut* in Göttingen und das *Institut zur Erforschung sozialer Chancen* in Köln sowie 1972 die *Sozialforschungsstelle Dortmund*.

Für das gesamte Feld der Soziologie, Einzeldaten für die empirische Sozialforschung liegen nicht vor, zeigt die nachstehende Abbildung 6 die Entwicklung von 1950 bis zum Beginn der Großen Koalition im Jahre 1966. Für die vorgelegte Arbeit am interessantesten ist die Entwicklung der Anzahl der Lehrstühle: Während es im ersten Jahr des Bestehens der Bundesrepublik sechs Lehrstühle für Soziologie gab, waren es 1955 bereits 14. Weitere fünf Jahre später gab es 25, 1965 schon 45 und 1970 bereits 69 Lehrstühle.²²⁸ Damit hatte sich, von einem niedrigen Niveau aus, die Anzahl der Lehrstühle innerhalb von zwei Dekaden auf mehr als das Elfache erhöht. Ein besonders

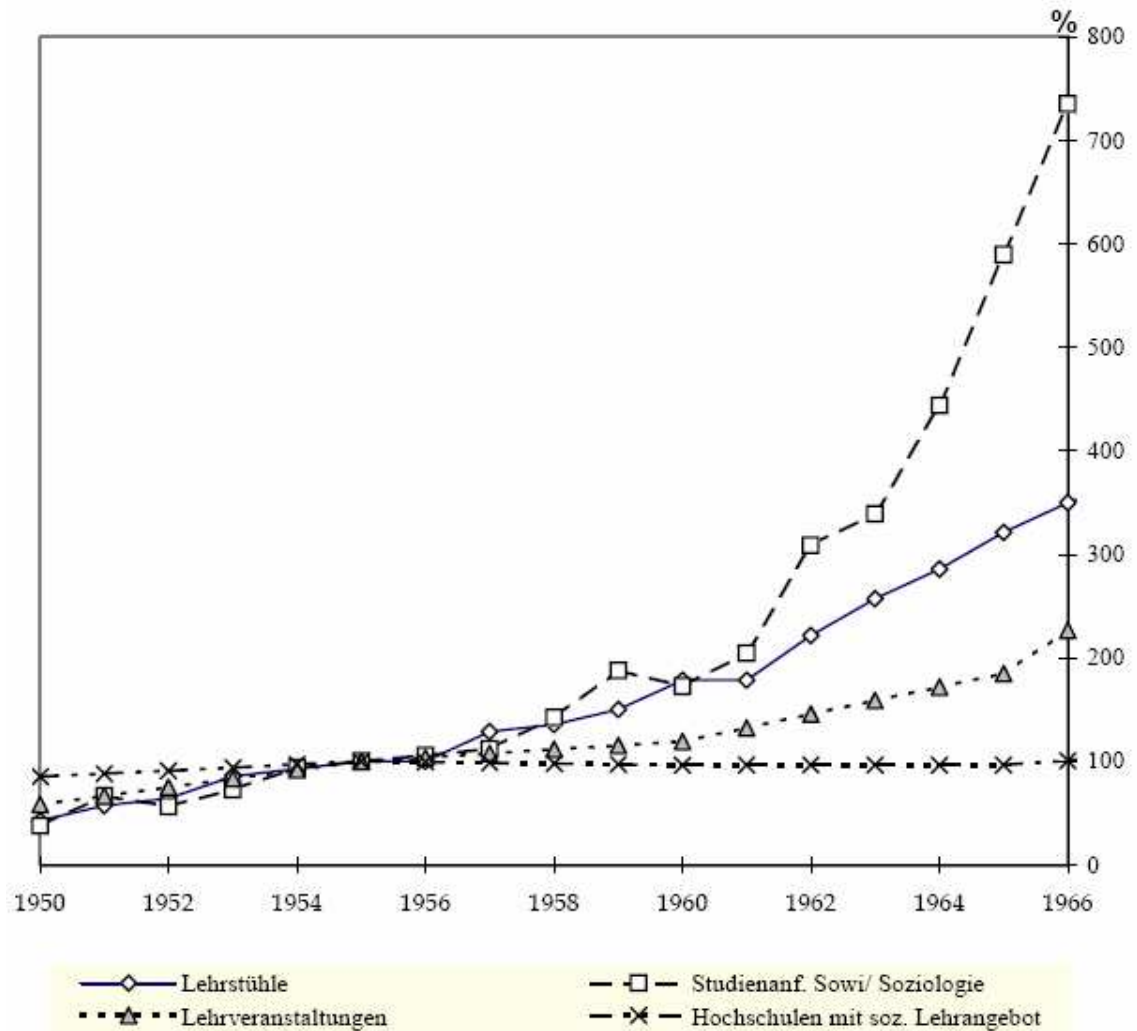
²²⁶ KERN: Empirische Sozialforschung, S. 238.

²²⁷ Vgl. ebenda, S. 318f.

²²⁸ Vgl. WEISCHER, <http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/christoph.Weischer/>, Abbildung B 2.

starkes Ansteigen ist für die sechziger Jahr zu verzeichnen und korrespondiert damit mit der zuvor dargestellten Abwanderung auf die Lehrstühle.

Abb. 6 Entwicklung von Lehre und Studium



Quelle: WEISCHER, <http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/christoph.Weischer/>, Abbildung B 3. Es ist zu beachten, dass WEISCHER das Jahr 1955 als Basisjahr gewählt und gleich 100 Prozent gesetzt hat.

Begründet war die verstärkte politische Aktivität der von Willy BRANDT geführten Regierung durch die Absicht, die „[...] langfristigen Folgen des technisch-ökonomischen Wandels zu erfassen und die darin enthaltenen Beeinträchtigungen der Lebensinteressen der Arbeitnehmer aufzufangen, zu kompensieren oder doch wenigstens zu entschärfen, ohne dabei freilich die Funktionsvoraussetzungen des kapitalistischen Systems zu gefährden.“²²⁹ Weitere Aspekte, die halfen, verstärkt den Fokus auf die Sozialwissenschaften

²²⁹ Ebenda, S. 239.

zu richten, waren das innergesellschaftliche Protestpotenzial sowie das weit verbreitete Empfinden eines wirtschaftlichen Modernitätsrückstandes. Aus all diesen Richtungen entwickelte sich eine sozialdemokratische und gewerkschaftliche Reformpolitik mit dem Ziel einer präventiven Steuerung und Gestaltung des technisch-organisatorischen Wandels sowie der Weiterentwicklung und des Ausbaues des sozialen Netzes.²³⁰ Hieraus resultierte ein erheblicher Bedarf an zusätzlicher Information, den man nach Joachim BERGMANN folgendermaßen zusammenfassen kann:

- „Wissenschaftliche Bestandsaufnahmen und laufende Beobachtungen (Sozialberichterstattung) der technisch-organisatorischen und ökonomischen Entwicklung in Industrie und Verwaltung
- Analysen der praktischen Wirksamkeit und tatsächlichen Wirkungen von sozialpolitischen Gesetzen und Reformmaßnahmen
- Analysen von Entwicklungstrends und möglichen Problemzonen [...]
- Prognosen der sozioökonomischen Entwicklung.“²³¹

Die empirische Sozialforschung sollte einen wesentlichen Beitrag zur Erfassung der Auswirkungen des technisch-ökonomischen Wandels leisten, indem sie die benötigten Informationen lieferte. Um ihr dies zu ermöglichen, wurden die finanziellen Mittel erheblich aufgestockt. Die *Deutsche Forschungsgemeinschaft* und die öffentliche Hand, bei dieser insbesondere das *Bundesministerium für Forschung und Technologie*, sowie in geringerem Umfang private Stiftungen steigerten ihre Zuwendungen für industriesoziologische Forschung in den 70er Jahren um ein Vielfaches. Während in den sechziger Jahren 3,9 Millionen DM (2 Millionen €) ausgegeben wurden, waren es in der folgenden Dekade 54,2 Millionen DM (27,2 Millionen €).²³²

Etwas mehr als die Hälfte des Geldes kam hochschulunabhängigen Instituten zugute. Hierbei kann man wiederum Einrichtungen mit etatmäßiger Finanzierung und multidisziplinärer Arbeitsweise (bspw. das *Max-Planck-Institut für Bildungsforschung*, Berlin), Einrichtungen mit überwiegender Projektfinanzierung (bspw. das neu gegründete *Soziologische Forschungsinstitut*,

²³⁰ Vgl. ebenda, S. 240.

²³¹ BERGMANN, Joachim: Organisation und Finanzierung der industriesoziologischen Forschung in der Bundesrepublik. Darmstadt 1979. Manuskript. S. 13f.; zit. in: KERN: Empirische Sozialforschung, S. 240f.

²³² Vgl. ebenda, o. S.; zit. in: KERN: Empirische Sozialforschung, S. 242.

Göttingen) und Einrichtungen mit Servicefunktionen (bspw. das *Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen*, Mannheim) unterscheiden. Soziologische Forschung im fachspezifischen Sinn zu industriesoziologischen Themen wurde dabei insbesondere in den Einrichtungen mit überwiegender Projektfinanzierung betrieben.²³³

Ein weiteres Indiz für die Konsolidierung der Umfrageforschung im akademischen Bereich, neben der starken Zunahme der Fördermittel, sieht SCHEUCH in der Festschreibung der Methodenausbildung als Teil der Magister- und Diplomstudiengänge, insbesondere in der Soziologie, aber auch in der Politologie und Erziehungswissenschaft.²³⁴

Innerhalb weniger Jahre, der „ersten Gründerphase“, entstanden teilweise als Neugründung, teilweise als Wiedereröffnung von während der NS-Zeit geschlossener Institute, viel beachtete Forschungseinrichtungen. Etwa eine Dekade später folgte die „zweiten Gründerphase“. In Verbindung mit dem beginnenden politischen Veränderungen ab Mitte der sechziger Jahre kam es in den Folge zu einem regelrechten „Boom“ der Soziologie und damit auch der empirischen Sozialforschung an den Hochschulen. Es entstanden zahlreiche neuer Lehrstühle auf die viele Wissenschaftler der Forschungsinstitute berufen wurden und die staatliche Förderung erreichte bis dato unbekannte Höhen. Im methodischen Bereich orientierte man sich offenkundig an gängigen Standards, da in der Literatur hierzu keinerlei besondere Anmerkungen zu finden sind. Die thematische Ebene wurde in der ersten Zeit von Problemstellungen in Folge des Zweiten Weltkriegs bestimmt. Nach dem Wiederaufbau rückten, wie bereits im Kaiserreich und während der Weimarer Jahre, die Arbeiter und Angestellten in den Mittelpunkt der Forschung. Hier gibt es durchaus eine gewisse Kontinuität zur Entstehungszeit der deutschen empirischen Sozialforschung.

Im nächsten Abschnitt wird nun die Entwicklung der privatwirtschaftlichen Seite der Umfrageforschung betrachtet.

²³³ Vgl. KERN: Empirische Sozialforschung, S. 242f.

²³⁴ Vgl. SCHEUCH: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland, S. 13.

5.3 Institutionelle und methodische Entwicklung der Markt- und Meinungsforschung

5.3.1 Institutionelle Entwicklung

Noch vor der Gründung der Bundesrepublik kam es zu Institutsgründungen auf dem Gebiet der privaten Markt- und Meinungsforschung. Eine Trennung zwischen der Markt- und der Meinungsforschung ist bei der Betrachtung der institutionellen Entwicklung kaum möglich, da in der Praxis die meisten Institute zugleich in beiden Gebieten aktiv waren. Zu den Pionieren gehören das *Emnid*-Institut²³⁵ in Bielefeld (gegründet 1945), das *Institut für Demoskopie (IfD)* in Allensbach (1947) sowie das *Infratest*-Institut in München (1947).²³⁶ Eine besondere Stellung hatte das bereits im vierten Kapitel erwähnte 1950 gegründete *DIVO*-Institut inne: Nach der Feststellung der *sponsorship effects*²³⁷ übernahm das *DIVO*-Institut die Durchführung der kompletten Feldarbeit für die amerikanischen Stellen sowie auch das Random-Auswahlverfahren. Als Grundlage für die Ermittlung der Stichprobe dienten die Lebensmittelkarteien, bei denen man aufgrund des Hungers in den Nachkriegsjahren von der Vollständigkeit ausgehen konnte.²³⁸

Die Institute führten thematisch breit gestreute Umfragen für unterschiedlichste Auftraggeber durch, wie am Beispiel des *IfD* skizziert wird:

Betriebsspezifische Umfragen (*Bericht über eine Betriebsumfrage. Textilfabrik Schiesser. Mai 1948, IfD-Bericht 1, 1948*); wirtschafts-politische Umfragen (z. B. *Währungs-Reform I. Sonderumfrage: 26.30. Juni 1948, IfD-Bericht 2, 1948*); regional-politische Umfragen („*Württemberg-Baden*“. *Bericht über die Ergebnisse einer Umfrage. August 1948, IfD-Bericht 4, 1948*); Mediaforschung (z. B. *BBC. Hörerforschung in Deutschland, IfD-Bericht 21, 1949*); im Bereich der Printmedien: *DIE WELT. Gesamtergebnisse einer Leser-Untersuchung, IfD-Bericht 36, 1949*) oder zu aktuellen politischen Themen (*Über das Potsdamer*

²³⁵ *Emnid* steht für: Erforschung der öffentlichen Meinung, Marktforschung, Nachrichten, Informationen, Dienstleistungen.

²³⁶ Eine Übersicht über die Institutsgründungen befindet sich im Anhang.

²³⁷ Siehe hierzu Kapitel 4.4.

²³⁸ Vgl. MEYEN: Die Anfänge der empirischen Medien- und Meinungsforschung in Deutschland, S. 63.

*Abkommen. Ergebnis einer Bevölkerungsumfrage. Dezember 1951, IfD-Bericht 167, 1951).*²³⁹

Zu den Auftraggebern gehörten sowohl staatliche als auch privatwirtschaftliche Stellen. Von besonderer Bedeutung für das *IfD* war der 1950 mit dem Bundespresseamt geschlossene Beratervertrag. Dieser stellte die Grundlage für die Beratertätigkeit von Erich Peter NEUMANN für Konrad ADENAUER bis zu dessen Amtsende 1963 dar.²⁴⁰ Ausdrücklich vereinbart wurde indessen, dass das „[...] Institut für Demoskopie [...] sich mit Abschluss dieses Abkommens nicht unter eine irgendwie geartete Kontrolle des Presse- und Informationsamtes [begibt]“²⁴¹. Den Wert der monatlichen Bezahlung in Höhe von zunächst 2.000 DM, dann 3.000 DM²⁴² im Kontext der damaligen Zeit und speziell für das erst wenige Jahre bestehende Umfrageinstitut einzuordnen, ist heute nur schwerlich möglich. Ungeachtet dessen darf die mit der Tätigkeit verbundene Aufmerksamkeit sicherlich nicht gering eingeschätzt werden.

Bis zur Mitte der fünfziger Jahre gab es in der Bundesrepublik insgesamt 15 Umfrageinstitute.²⁴³ Nimmt man nur die Anzahl der Neugründungen als Maßstab, könnte man die Jahre von 1945 bis 1955 als Gründungsphase bezeichnen. In dieser Zeit entstanden mit *Emnid*, *Infratest*, *IfD* und dem *Ifo-Institut* die heute wohl bekanntesten, sicher jedoch, gemessen am Umsatz zu den größeren Markt- und Meinungsforschungsinstituten gehörenden Institute. Viele der in dieser Phase engagierten Wissenschaftler wurden im Rahmen der erwähnten amerikanischen Ausbildungsprogramme dem aktuellen wissenschaftlichen Stand nach ausgebildet, häufig direkt in den USA. In dieser ersten Phase kam es zudem bereits zu einem ersten Zusammenschluss von diversen Instituten auf Verbandsebene: dem bereits erwähnten *ADM*. Ein wichtiger Grund hierfür war die Einführung des „öffentlichen Interesses“ als Zugangsbedingung zu den Einwohnerdateien der Kommunen, welche die Grundlage für die Erstellung der repräsentativen Stichproben waren. Bis dato hatten die

²³⁹ Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach: Schriftenverzeichnis des Instituts für Demoskopie Allensbach und seiner Mitarbeiter 1947-1997. Allensbach 1997, S. 291ff.

²⁴⁰ Vgl. GRUBE, Norbert: "Schröders Chancen steigen" - "Steigende Chancen für Ehrhard". Demoskopische Politikberatung in der Entscheidung um die Kanzlernachfolge Konrad Adenauers im Frühjahr 1963, in: Historisch-Politische Mitteilungen. Archiv für Christlich-Demokratische Politik 10, 2003, S. 197f.

²⁴¹ Ebenda, S. 198, Fußnote 15.

²⁴² Vgl. ebenda, S. 198, Fußnote 15.

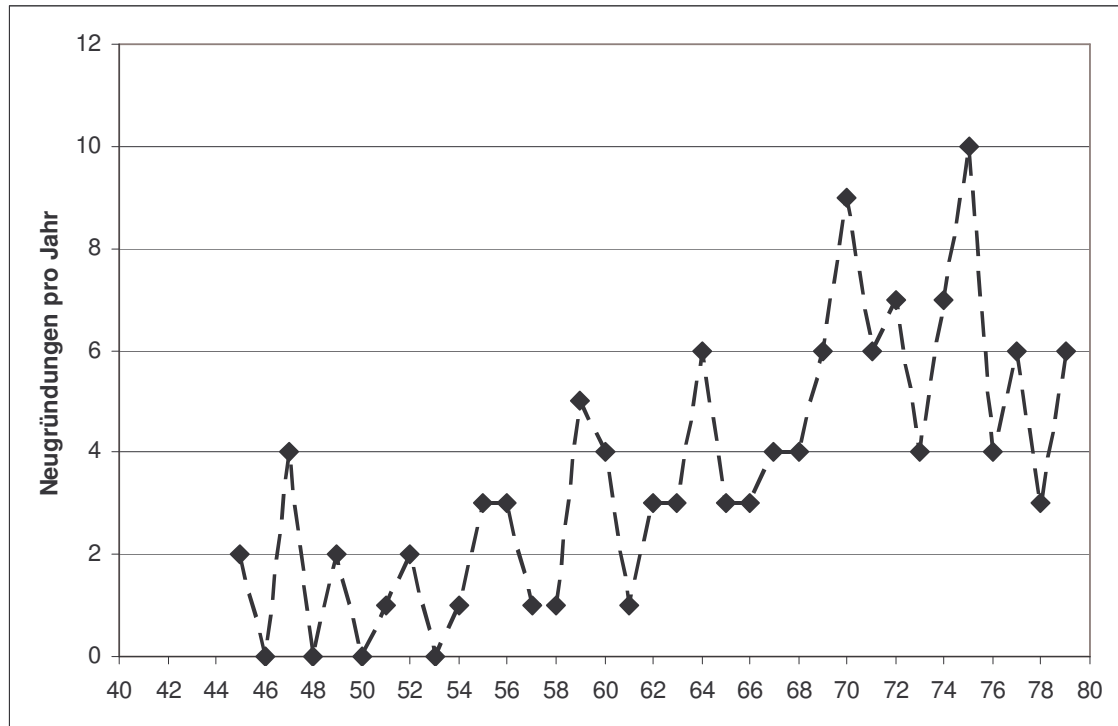
²⁴³ Vgl. Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.: Handbuch der Marktforschungsunternehmen, S. 28-357.

Einwohnerdateien der Kommunen grundsätzlich auch den privaten Markt- und Meinungsforschungsinstitute offen gestanden. Dies war nun nicht mehr der Fall. Damit nicht jedes Institut für sich gezwungen war Stichproben auszuwählen, wurde zentral auf Verbandsebene ein so genanntes Mastersample erstellt und den *ADM*-Mitgliedsinstituten zur Verfügung gestellt.²⁴⁴

In der Phase bis zum Beginn der sozial-liberalen Koalition 1969 kam es insgesamt zu 41 Institutsneugründungen, also etwas mehr als drei pro Jahr im Durchschnitt. Mit der neuen Regierung kam es nicht nur zu einem starken Aufschwung soziologisch orientierter Forschung an den Universitäten, sondern auch zu einem Boom im privatwirtschaftlichen Umfragesektor. Zwischen 1969 und 1979 wurden 68 neue Institute gegründet, dies entspricht durchschnittlich etwa sechs Neugründungen pro Jahr.²⁴⁵ Die folgende Abbildung zeigt die Anzahl der Institutsneugründungen grafisch. Bis zur Mitte der fünfziger Jahre bewegt sich die Anzahl der Neugründungen relativ gleichmäßig. Innerhalb der nächsten zehn Jahre lässt sich ein ansteigender Trend mit ca. drei Neugründungen pro Jahr ausmachen. Diese Zahl verdoppelt sich dann für den nächsten Zehn-Jahres-Zeitraum. In der Mitte der siebziger Jahre erreicht diese Entwicklung dann ihren Höhepunkt und verflacht wieder.

²⁴⁴ Zum Aufbau des Mastersamples siehe die Erläuterungen in Kapitel 5.1.

²⁴⁵ Es ist zu beachten, dass im Handbuch der Marktforschungsunternehmen nicht alle Institute erfasst waren, da die Aufnahme in das Handbuch mit Kosten verbunden ist. Vgl. WACK, Simone: Die Branchenstruktur der Markt- und Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland von 1986 bis 1996. Eine deskriptive Analyse. URL: <http://skylla.wz-berlin.de/pdf/1998/iii98-103.pdf> (Stand: 13.11.05), S. 3. Weiter ist zu beachten, dass zwischenzeitlich geschlossene Institute ebenfalls nicht aufgeführt sind. Daher könnte die Anzahl der tatsächlichen Neugründungen höher liegen.

Abb. 7 Neugründungen von Marktforschungsinstituten

Quelle: Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.: Handbuch der Marktforschungsunternehmen, S. 28-357. Eigene Darstellung.

Die starke Zunahme zu Beginn der siebziger Jahre könnte nach Heiner MEULEMANN damit begründet sein, dass die Politik auf das gestiegene Interesse und die gestiegenen Ansprüche der Bevölkerung reagieren musste. Für eine aktive Gesellschaftspolitik benötigte die Politik Information, die über die Daten der amtlichen Statistik zu Bevölkerung und Wirtschaft hinausgingen. Die Entwicklung aller sozialen Lebensbereiche sollte daher dauerhaft beobachtet werden. In der Folge kam es zur Kooperation der akademischen, der amtlichen und der privatwirtschaftlichen Sozialforschung, was MEULEMANN als handfestes Indiz für den Wandel der gesellschaftlichen Rolle der empirischen Sozialforschung sieht: von der Re-Etablierung der Demokratie zur gesellschaftlichen Dauerbeobachtung.²⁴⁶

5.3.2 Methodische Entwicklung

SCHEUCH nennt auf der methodischen Ebene folgende Charakteristika für die Entwicklung bis in die siebziger Jahre:

²⁴⁶ Vgl. MEULEMANN, Heiner: Immer noch angewandte Aufklärung. Entwicklungstendenzen der empirischen Markt- und Sozialforschung, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 94f.

(i) In den fünfziger und sechziger Jahren waren die in Umfragen verwendeten Instrumentarien verhältnismäßig einfach. Entweder wurden Quotensamples oder Wahrscheinlichkeitsstichproben einfacher Art benutzt, um die zu befragenden Personen zu bestimmen. In den siebziger Jahren wurden die Stichproben komplizierter, Schichtungen und bewusste Verzerrungen als Design nahmen zu. Hierdurch sollten inzwischen erkannte Schwächen bei der Stichprobenbildung, beispielsweise die in Kapitel 5.1 beim Random-Verfahren angesprochene Unterrepräsentiertheit der jüngeren Generation, ausgeglichen werden. Bei den Umfragen-Stimuli kam es ebenfalls zu Veränderungen: Fragebatterien wurden standardisiert, die Anwendung von Skalen erfreute sich nun großer Beliebtheit, ebenso wie die Verwendung von Bildern mit Sprechblasen.²⁴⁷ Auf dem Gebiet der psychologisch fundierten Motivforschung (Satzergänzungstest, Assoziationstest, Farbpyramide oder Rorschach-Test) nahm das *IfD* oft eine Pionierrolle ein.²⁴⁸ Ebenso wurden in diesem Zeitraum erstmals *Split-Ballot-Experimente* („gegabelte Befragungen“) durchgeführt. Mit diesen Experimenten wird das Verhalten der Befragten sowie die Reaktion auf verschiedene Frageformen, Aussagen oder Bildvorlagen getestet. Die Befragten werden in zwei Gruppen aufgeteilt, deswegen auch „gegabelte Befragung“, denen jeweils der Befragungsgegenstand gezeigt wird, wobei sich dieser in einem Detail unterscheidet. Somit kann getestet werden, welche Ausgestaltung bei den Probanden besser abschneidet. Das *IfD* wandte dieses Verfahren bereits in den ersten Jahren nach der Institutsgründung an. Beispielsweise wurde die Wirkung verschiedener Druckfarben auf den Leser („Wirkt schwarzer oder brauner Druck aktueller“, 1958) oder die Wirkung verschiedener Anzeigengrößen („Halbe- oder Drittelseite“, 1962) getestet.²⁴⁹

(ii) Die bis in die sechziger Jahre vorherrschenden Randauszählungen und Aufgliederungen nach einigen demographischen Merkmalen im Bereich der Analyse wurden in den siebziger Jahren durch aussagekräftigere statistische Verfahren ersetzt. Diese wurden durch die Zugänglichkeit von Computern und die Entwicklung spezieller Software ermöglicht.

²⁴⁷ Vgl. SCHEUCH: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland, S. 10.

²⁴⁸ Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach: Allensbach. Allensbach 1997, S. 40f. sowie SCHEUCH, Erwin K.: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland in den siebziger und achtziger Jahren, in: ZUMA-Nachrichten 45, 1999, S. 10.

²⁴⁹ Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach: Allensbach, S. 47.

(iii) Die in allen Industrieländern gesunkene Ausschöpfungsrate²⁵⁰ bei persönlichen Interviews²⁵¹ führte zum Aufkommen von Telefoninterviews. Durch die Entwicklung einschlägiger Software konnte sich das Telefoninterview in den achtziger Jahren endgültig durchsetzen.

5.4 Meinungsforschung

Ein nach 1945 in der Öffentlichkeit sehr beachtetes Betätigungsfeld der Meinungsforscher wurde die politische Umfrageforschung. Initiatoren der ersten Meinungsumfragen waren, wie im vorherigen Kapitel gesehen, die westlichen Besatzungsmächte. Die politische Meinungsforschung bot und bietet auch heute noch die Möglichkeit, die schwer zu erfassende „öffentliche Meinung“ zu bündeln und in einfacherer Form darzustellen.²⁵²

Bereits 1950 beauftragte das Bundespresseamt das *Institut für Demoskopie Allensbach (IfD)* regelmäßig politische Umfragen für die deutsche Bundesregierung durchzuführen.²⁵³ Im selben Jahr ließen CDU und FDP erste Umfragen durchführen, die SPD folgte drei Jahre später²⁵⁴, wobei die Sozialdemokraten die Meinungsforschung als Beobachtungstechnik der öffentlichen Meinung erst im Wahlkampf 1961 vollständig einsetzte²⁵⁵. Bei den ersten Umfragen ging es nicht um Kandidaten, Parteiprogramme oder Materialsammlungen für politische Überredungskünste, sondern es sollte einfach ein Gesamtbild der neuen Lage gewonnen werden.²⁵⁶ Im Zuge der Bundestagswahl 1965 sank das Ansehen der Meinungsumfrageinstitute²⁵⁷,

²⁵⁰ Die Ausschöpfungsrate gibt an, bei wie vielen der ausgesuchten Personen die Befragung auch tatsächlich durchgeführt werden konnte.

²⁵¹ Vgl. hierzu auch MEULEMANN: Immer noch angewandte Aufklärung, S. 90 sowie von der HEYDE: Probleme und Entwicklungstrends, 146f.

²⁵² Vgl. KRÜKE, Anja: Der Kampf um die politische Deutungshoheit. Meinungsforschung als Instrument von Parteien und Medien in den Siebzigerjahren, in: Archiv für Sozialgeschichte 44. Band, 2004, S. 297.

²⁵³ Vgl. GRUBE: „Schröders Chancen steigen“, S. 197f.

²⁵⁴ Vgl. SCHMIDTCHEN, Gerhard: Die befragte Nation. Über den Einfluss der Meinungsforschung auf die Politik. Frankfurt/Main, Hamburg 1965, S. 24f. sowie SCHMIDTCHEN, Gerhard/NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Die Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen für die offene Gesellschaft, in: Politische Vierteljahresschrift 4, 1963, S. 169.

²⁵⁵ Vgl. KRÜKE, Anja: "Responsivität" als Form der Medialisierung: Meinungsforschung zwischen Parteien und Medien in den sechziger Jahren. Unveröffentlichtes Manuskript 2006, S. 5.

²⁵⁶ Vgl. SCHMIDTCHEN/NOELLE-NEUMANN: Die Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen, S. 168.

²⁵⁷ Sowohl das *Emnid*-Institut als auch das *IfD* hatten versiegelte Prognosen zum Wahlausgang abgegeben. Die Umschläge wurden am Wahlsonntag live im ZDF geöffnet und zum Entsetzen des *Emnid*-Institutes lag man über fünf Prozent neben dem Wahlergebnis. Vgl. KRÜKE: „Responsivität“, S. 20.

verbunden mit einer lange schwelenden Diskussion über die manipulatorische Funktion der Meinungsforschung.

Nachfolgend wird gezeigt, welche Kritik an der Meinungsforschung festgemacht wurde und welche Auswirkungen ihr auf das (Wahl-)Verhalten zugeschrieben werden. Der letzte Abschnitt zeigt den konkreten Umgang der beiden großen Volksparteien CDU und SPD mit Umfragen.

5.4.1 Pro und Contra „Meinungsforschung“

Das Unbehagen vieler Wissenschaftler gegenüber der Umfrageforschung und insbesondere der Meinungsforschung in den ersten Jahren der Bundesrepublik rührte daher, dass dem „Mann auf der Straße“ ein Sprachrohr geschaffen werde und seiner Stimme ein ähnliches Gewicht verliehen werde, wie dem Urteil der Fachleute, der Politiker und der Journalisten.²⁵⁸ „Das, was an diesen Befragungen abstößt, ist der Triumph der Quantität über die Qualität, das Gebrechen der Demokratie, zu wähnen, daß die Äußerungen jedes beliebigen Zeitgenossen die gleiche Bedeutung hat wie die des wertvolleren [sic!] Menschen.“²⁵⁹ Ein weiterer Vorwurf lautete, dass die Meinungsforschung schädlich sei, da sie das Prinzip der repräsentativen Demokratie untergrabe. Die Meinungsforschung beeinträchtigt nach Wilhelm HENNIS die repräsentativen Institutionen, stellt ihre Legitimation in Frage und bedroht mit plebiszitären Scheinargumenten die Grundlagen der Verfassung. Hinzukommt, dass die Meinungsumfragen zu einem Abbau staatsmännischer Führungskraft und Verantwortungsbereitschaft beitragen, in dem sie Politiker im Hinblick auf die nächste Wahl zwingen, sich dem Mehrheitswillen zu beugen und damit zum Sklaven demoskopischer Umfragen zu werden.²⁶⁰ Insbesondere der letztgenannte Vorwurf, dass Politiker ihre langfristigen Ziele aus den Augen verlieren und Haltungen annehmen, welche die Mehrheit der Bevölkerung vertritt, wird in Literatur und Presse immer wieder vorgebracht: „Niemals aber zuvor waren die Lenker des Staatsgeschickes so sehr der Versuchung ausgesetzt, sich dem Volkswillen geschmeidig anzupassen, und das heißt: nicht mehr zu führen, sondern sich führen zu lassen.“²⁶¹ Diese Gefahr nennt auch Helmut SCHMIDT:

²⁵⁸ Vgl. GALLUS/LÜHE: Öffentliche Meinung und Demoskopie, S. 146.

²⁵⁹ WIESE, Leopold von: Literaturbesprechung zu Ludwig von FRIEDEBURG: Die Umfrage in der Intimsphäre, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 6, S. 122.

²⁶⁰ Vgl. HENNIS, Wilhelm: Meinungsforschung und repräsentative Demokratie. Zur Kritik politischer Umfragen. Tübingen 1957, S. 33ff.

²⁶¹ GAYER, Kurt: Das große Verhör. Fug und Unfug der Demoskopie. Gütersloh 1969, S. 128.

„Ich halte es für eine große Gefahr, der Politiker unterliegen, daß sie die für sie sehr wesentlichen Informationen über das Denken, über die Wünsche, über die Interessen des Volkes in sich nicht nur aufnehmen, sondern gleichzeitig meinen, sich in ihrer politischen Führung daran anhängen zu können. Wenn das richtig wäre, könnte man das Parlament abschaffen; dann bräuchten wir nur noch Meinungsumfragen.“²⁶²

Diesem Vorwurf wird entgegengehalten, dass in der Praxis kein Fall bekannt sei, in dem Politiker alleine aufgrund von Umfrageergebnissen eine Entscheidung getroffen hätten. Meinungsumfragen seien nur ein Faktor unter mehreren, obgleich ein wichtiger.

„Zu den vielen Faktoren einer politischen Entscheidungssituation zählen unter anderem die Existenz und die voraussichtliche Reaktion eines Millionenvolkes - genau des Volkes, für das in einer Demokratie letztlich Politik gemacht wird. Nachrichten über die Lebensweise, die Mentalität oder den latenten politischen Willen des Volkes treten nicht an die Stelle, sie dienen der sachlichen Vorbereitung einer politischen Entscheidung.“²⁶³

Die Befürworter der Meinungsforschung betonen, dass durch Umfragen die Politiker Einstellungen der Bürger zu bestimmten Themen erfahren würden, ohne den Umweg über die Medien, die oft ein einseitiges Bild zeichneten. Weiter wird der positive Einfluss aufgeführt, „[...] den Meinungsumfragen auf die Demokratie ausübten, indem sie die Kommunikation zwischen den Regierenden und den Regierten verbesserten, das gegenseitige Verständnis erleichterten und so zur Stabilität des politischen Prozesses beitragen.“²⁶⁴

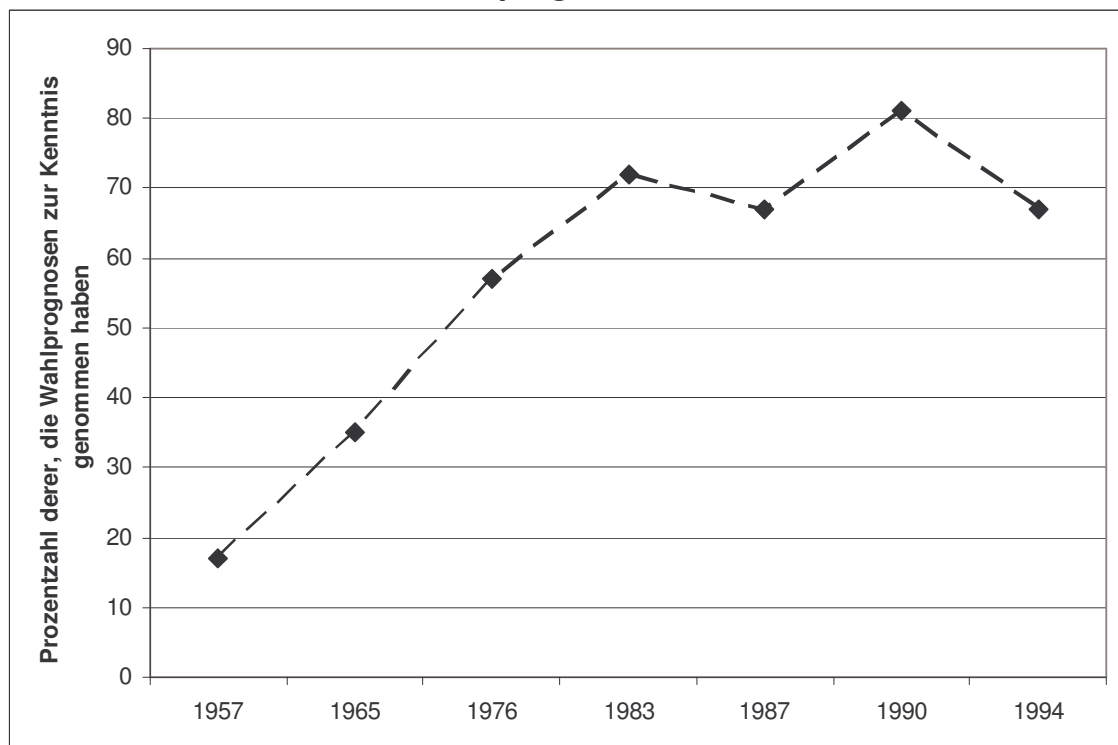
Trotz aller Kritik und Vorurteile konnte sich die Meinungsforschung in Deutschland etablieren. Dies zeigt sich u.a. daran, dass der Anteil der Bevölkerung, der vor Wahlen Umfrageergebnisse wahrnimmt, über Jahre hinweg stetig zugenommen hat. Die nachstehende Abbildung zeigt im Betrachtungszeitraum einen starken Anstieg derjenigen, die Wahlprognosen zur Kenntnis genommen haben. Lag der Wert 1957 noch unter 20 Prozent, lag er zu Beginn der achtziger Jahre bereits bei über 70 Prozent.²⁶⁵

²⁶² SCHMIDT, Helmut: Die Macht der Information, in: Die Zeit vom 26.12.1970; zit. in: Gallus, 1998, S. 147f.

²⁶³ SCHMIDTCHEN/NOELLE-NEUMANN: Die Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen, S. 171.

²⁶⁴ GALLUS/LÜHE: Öffentliche Meinung und Demoskopie, S. 148.

²⁶⁵ BRETTSCHNEIDER, Frank: Demoskopie im Wahlkampf - Leistern oder Irrlicht?, in KLEIN, Markus (Hrsg.): 50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden 2000, S. 491.

Abb. 8 Kenntnisnahme von Wahlprognosen im Zeitverlauf

Quelle: BRETTSCHEIDER: Demoskopie im Wahlkampf, S. 491. Eigene Darstellung.

5.4.2 Theorien über Beeinflussung durch Meinungsforschung

Der Frage nach dem Einfluss der Meinungsforschung auf die politische Willensbildung und die „öffentliche Meinung“ ist häufig diskutiert worden. Nachfolgend werden einige Theorien hierüber vorgestellt. Zuerst muss jedoch noch geklärt werden, was unter „öffentlicher Meinung“ zu verstehen ist.

Das Verständnis für diesen Begriff unterliegt seit Jahrhunderten einem stetigen Wandel.²⁶⁶ Durch Ordnung diverser Definitionen von öffentlicher Meinung kann man zwischen zwei Gruppen unterscheiden. Eine Gruppe für Definitionen, „[...] bei denen öffentliche Meinung Konformitätsdruck bedeutet, soziale Kontrolle, ungeschriebene Gesetze, und eine für jene, bei denen öffentliche Meinung bedeutet: das gute, verantwortungsbewusste Urteil einer politischen Elite.“²⁶⁷ Dem Integrations- und dem Elitenkonzept sind gemein, dass das Ignorieren von öffentlicher Meinung längerfristig zum Sturz der Regierung führt. Der Unterschied ist darin zu sehen, dass das Individuum sich

²⁶⁶ Für eine umfassende Darstellung des Begriffverständnisses von der Antike bis in die Gegenwart siehe NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Öffentliche Meinung, in: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen: Das Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main 2004, (3. Auflage), S. 392-406.

²⁶⁷ Ebenda, S. 396.

beim Elitekonzept nicht am Prozess der öffentlichen Meinung beteiligen muss. Beim Integrationskonzept hingegen sind alle Individuen in diesen Prozess einbezogen, weil Nichtbeachtung Sanktionen zur Folge hat. Da das Elitekonzept aber nicht erklären kann, wie die öffentliche Meinung Regierungen stürzt, schlägt NOELLE-NEUMANN vor, den Begriff wieder auf seine ursprüngliche Wurzel im Sinne von „ungeschriebenen Gesetzen“ zurückzuführen.²⁶⁸ Sie definiert dementsprechend die öffentliche Meinung als „[...] Meinungen, Verhaltensweisen, die man in der Öffentlichkeit äußern oder zeigen *muß*, wenn man sich nicht isolieren will; in kontroversen, im Wandel begriffenen Bereichen oder in neu entstandenen Spannungszonen in der Öffentlichkeit äußern *kann* ohne Gefahr, sich zu isolieren.“²⁶⁹ Dabei ist die öffentliche Meinung eine an Ort und Zeit gebundene Erscheinung²⁷⁰, die immer „[...] eine *irrationale, wertgeladene Komponente* hat, einen moralischen oder auch ästhetischen Wert [...]“²⁷¹. Ohne diese moralische Begründung lässt sich öffentliche Meinung nicht in Gang setzen und damit Politik nicht oder nur erschwert durchsetzen.²⁷² Das Urteil über die öffentliche Meinung bildet sich der Einzelne aus der unmittelbaren Umweltbeobachtung und ihren Signalen von Billigung und Missbilligung einerseits sowie aus den Massenmedien andererseits. Dabei wirken die Massenmedien auf den Zeitgeist, der wiederum die Einstellungen und das Verhalten des Einzelnen beeinflusst.²⁷³

Eine Voraussetzung dafür, dass die Meinungsforschung auf die „öffentliche Meinung“ Einfluss nehmen könnte, ist, dass die von den Instituten nach außen kommunizierten Prognosen in der Bevölkerung auch wahrgenommen werden. Wie Abbildung 8 zeigt, ist die Kenntnisnahme von Wahlprognosen seit dem Ende der fünfziger Jahre deutlich gestiegen. Diese Voraussetzung wäre erfüllt, ist freilich noch kein Beweis für eine Beeinflussung. Dieser wäre gegeben, falls sich die Wahlprognosen entweder auf die Wahlbeteiligung auswirken oder das

²⁶⁸ Vgl. ebenda, S. 396ff.

²⁶⁹ NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut. Frankfurt/Main 1985, S. 255. Hervorhebungen wie im Original.

²⁷⁰ Vgl. NOELLE-NEUMANN: Öffentliche Meinung, S. 399.

²⁷¹ Ebenda, S. 402. Hervorhebungen wie im Original.

²⁷² Vgl. ebenda, S. 402.

²⁷³ . Vgl. hierzu NOELLE-NEUMANN: Schweigespirale.

Wahlverhalten grundsätzlich bzw. in eine bestimmte politische Richtung beeinflussen würde.²⁷⁴

Im ersten Fall, dem Aspekt der Beeinflussung der Wahlbeteiligung, sind vier Thesen zur Wirkung bekannt: (i) Der *Mobilisierungseffekt* besagt, dass es bei knappen Entscheidungen zu einer stärkeren Wahlbeteiligung kommt, hingegen besagt (ii) der *Defätismus-Effekt*, dass die Anhänger der (vermeintlich) unterlegenen Partei nicht mehr wählen gehen. Der *Lethargie-Effekt* (iii) behauptet umgekehrt, dass die Sympathisanten des vermuteten Wahlsiegers nicht zur Wahl gehen wohingegen (iv) nach dem *Bequemlichkeits-Effekt* davon ausgegangen wird, dass Unentschlossene nicht zur Wahl gehen, sofern der Wahlausgang bereits sicher zu sein scheint.

Im zweiten Fall, also das Wahlverhalten betreffend, sind zwei Wirkungshypothesen im Gespräch: Nach dem *Bandwagon-Effekt* könnten Wähler von ihrer ursprünglichen Wahlabsicht abrücken und sich auf die Seite des prognostizierten Siegers schlagen. Eine entgegengesetzte Wirkung verheißt der *Underdog-Effekt*, nachdem sich Wähler aus Mitleid oder Trotz für die zurückliegende Partei entscheiden.

Aus der Verbindung von Verhältniswahlsystem und Fünf-Prozent-Sperrklausel ergeben sich zwei weitere Hypothesen: (i) der *Fallbeil-Effekt* besagt, dass ein Wähler nur dann für eine Partei stimmt, wenn deren Einzug ins Parlament sicher zu sein scheint, da seine Stimme sonst „verloren“ wäre. Nach dem *Stütz- oder Leihstimmen-Effekt* (ii) würden taktische oder „rationale“ Wähler hingegen nicht die eigentlich präferierte Partei wählen, sondern stattdessen deren potenziellen Koalitionspartner.

Frank DECKER schreibt über die Möglichkeit der Demoskopien Einfluss auf ein Wahlergebnis zu nehmen:

„Schenkt man den einschlägigen aktuellen Untersuchungen Glauben, so besteht die Möglichkeit einer manipulativen Beeinflussung höchstens dort wo kleinere Parteien von einer Sperrklausel bedroht sind. [...] In der Praxis dürfte sie [die Beeinflussung, S.W.] gleichwohl aus zwei Gründen zu vernachlässigen sein: Erstens stehen die Meinungsforschungsinstitute in Konkurrenz zueinander, was für einen gewissen Ausgleich der Ergebnisse sorgt [...]. Zweitens gelangen die Umfragen nur selten ungefiltert in die Öffentlichkeit. Ihre Wirkungen hängen vor allem von den Medien ab, die wenn überhaupt nur in äu-

²⁷⁴ Vgl. hierzu im Folgenden GALLUS, Alexander: Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfes. "Wirkliche Macht" oder "Faktor ohne politische Bedeutung"?, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 15-16, 2002, S. 33f.

Bersten Ausnahmefällen (etwa bei einer extremistischen Partei) ein gleichgerichtetes Manipulationsinteresse verfolgen.“²⁷⁵

Eine Einflussnahme auf den Ausgang von Wahlen durch die Meinungsforschung konnte bisher durch die Forschung nicht erbracht werden, konnte wiederum auch nicht gänzlich ausgeschlossen werden. Daher muss untersucht werden, ob einzelne politische Auftraggeber auf die für sie tätigen Marktforschungsinstitute dahingehend Druck ausüben könnten, dass sie „gefällige“ Ergebnisse liefern. Unabhängig davon, in welchem Umfang dies möglich sein könnte, sollte die Frage nach dem Sinn einer Beeinflussung gestellt werden. Wenn die bisherigen Untersuchungen stimmen und Umfrageergebnisse nur in Ausnahmefällen einen Einfluss auf das tatsächliche individuelle Wahlverhalten haben, wäre es von Seiten des Auftraggebers unlogisch zu versuchen „gefällige“ Ergebnisse zu erzielen, da dies ja keinen Einfluss haben dürfte. Wenn sich trotzdem in der Realität beobachten ließe, dass dies häufig versucht werden würde, könnte man vermuten, dass die Parteien damit positive Ergebnisse erzielen würden. In diesem Fall müsste man die Untersuchungen, die einen Einfluss verneinen, überprüfen.

SCHMIDTCHEN verneint einen Einfluss auf die Meinungsforschungsinstitute mit dem Hinweis darauf, dass die Institute nur einen relativ geringen Anteil ihrer Tätigkeit²⁷⁶ bzw. nur einen geringen Teil ihres Umsatzes²⁷⁷ durch politische Umfrageforschung erzielen. Dementsprechend „[...] [ist] keines der großen deutschen Institute [...] wirtschaftlich von einem politischen Auftraggeber abhängig.“²⁷⁸ Somit „[...] liegt zumindest die Vermutung nicht auf der Hand, daß hier unmittelbare Abhängigkeiten zwischen Instituten und Auftraggebern bestehen, die sich direkt auf die Ergebnisse auswirken würden.“²⁷⁹ Ein weiterer Grund der gegen eine solche Praxis spricht war, dass es sowohl für den Auftraggeber als auch für das ausführende Institut sehr unerfreulich gewesen wäre, wenn Manipulationsversuche öffentlich würden. Das damit verbundene Negativ-Image sollte bereits in den siebziger Jahren Grund genug gewesen sein, dass der Erwartungswert eines solchen Vorgehens nicht positiv war und demzufolge keine Seite einen Anreiz hatte, dies zu versuchen.

²⁷⁵ DECKER: Politische Meinungsforschung, S. 46f.

²⁷⁶ Vgl. SCHMIDTCHEN: Die befragte Nation, S. 26.

²⁷⁷ Vgl. KAASE, Max: Politische Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland, in: Politische Vierteljahresschrift 18, 1977, S. 459.

²⁷⁸ SCHMIDTCHEN: Die befragte Nation, S. 26.

²⁷⁹ KAASE: Politische Meinungsforschung, S. 459.

Einen unbestrittenen Einfluss auf die Meinungsbildung im jeweiligen Einflusskreis haben hingegen die „Meinungsführer“. Zum Begriff des Meinungsführers ist eine kurze geschichtliche Rückblende notwendig. Bereits 1859 bemerkte der englische Nationalökonom John Stuart MILL: „[...] die Volksmassen übernehmen ihre Meinungen nicht mehr von den Würdenträgern des Staates oder der Kirche, von erklärten Führern oder Büchern. Das Denken erledigen für sie Leute ihresgleichen, die aus dem Augenblick heraus mit ihnen reden oder in ihrem Namen sprechen.“²⁸⁰ Die eigentliche Entdeckung des „Meinungsführers“ gelang LAZARFELD 1940 zufällig bei der Durchführung einer Studie durch eine Serie von wiederholten Befragungen. Mit Erstaunen wurde festgestellt, wie viele Gesinnungswechsel mit persönlichen Einflüssen, eben aufgrund von Gesprächen mit „Meinungsführern“, erklärt wurden.²⁸¹ In der Folge wurden diese Erkenntnisse zur *two-step flow of communication*-These²⁸² ausgebaut.²⁸³ Die Umsetzung in die politische Praxis erfolgte beispielsweise in den Bundestagswahlkämpfen 1961 und 1965. Dort entwickelten das *Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas)* zusammen mit Mitarbeitern des SPD-Vorstands Konzepte zur Stimmenmaximierung. Das wesentliche Element in diesen Überlegungen waren die Menschen, welche als „Meinungsführer“ im Sinne von Multiplikatoren fungieren. Um diese Meinungsführer zu erreichen, produzierte die SPD erstmals 1965 eine Familienillustrierte für den Wahlkampf, schaltete gezielte Anzeigenkampagnen oder organisierte Abendveranstaltungen.²⁸⁴

Ogleich eine intensive Beschäftigung mit der Frage nach dem Einfluss von Meinungsforschung auf die „öffentliche Meinung“ stattgefunden hat und viele wissenschaftliche Untersuchungen hierzu angestellt wurden, gibt es bis heute keinen Beweis für eine oder gegen eine Beeinflussung. Dass eine Beeinflussung

²⁸⁰ MILL, John Stuart: *On Liberty*, o. A. 1859; zit. in: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: *Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung*. Freiburg 1979, (2., durchgesehene Auflage), S. 19.

²⁸¹ Vgl. NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: *Meinung und Meinungsführer. Über den Fortschritt der Publizistikwissenschaft durch Anwendung empirischer Forschungsmethoden*, in: *Publizistik* 8, 1963, S. 316-323, S. 318f.

²⁸² Die These besagt, dass die Meinungsführer durch Radio oder Printmedien Informationen aufnehmen (step 1) und diese Informationen dann in ihrer Eigenschaft als Meinungsführer an ihr Umfeld weitergeben (step 2).

²⁸³ Vgl. zum „Meinungsführer“ und zur *two-step flow of communication*-These LAZARFELD, Paul F. u.a.: *The People's Choice. How the Voters Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York 1944; NOELLE-NEUMANN: *Meinung und Meinungsführer* sowie NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: *Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeit. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien*, in: *Publizistik* 18, 1973, S. 26-55.

²⁸⁴ Vgl. KRÜKE: „Responsivität“, S. 9ff.

sung der „öffentlichen Meinung“ im „kleineren Umfeld“ jedoch stattfinden kann, zeigt die Entdeckung des „Meinungsführers“. Eine Betrachtung der Rolle der Massenmedien, als mögliche Meinungsführer der öffentlichen Meinung ist in dieser Arbeit nicht vorgesehen. Hierzu wird auf die entsprechende Literatur verwiesen.²⁸⁵

5.4.3 Der Einsatz von Umfragen im politischen Alltag

Meinungsumfragen können grundsätzlich für zwei Zwecke benutzt werden: einerseits zur Information und Aufklärung der Bevölkerung, andererseits zur Verfolgung politischer Interessen. Die Grenzen zwischen beiden sind fließend. Beispielsweise ist eine Regierung als Auftraggeber immer auch gleichzeitig Partei und muss sich mit ihren politischen Konkurrenten auseinandersetzen. Die Ziele, die mit Umfragen von Parteien und der Regierung verfolgt werden, lassen sich sowohl hinsichtlich des Zeithorizontes als auch nach der Verwendung differenzieren:

Abb. 9 Instrumentalisierung von Umfragen

Zeithorizont	Interne Verwendung	Externe Verwendung
Kurzfristig	Meinungs- und Willensbildung	Stimmenwerbung (Partei), Legitimation (Regierung)
Langfristig	Strategieplanung	Politikvermittlung, Öffentlichkeitsarbeit

Quelle: Vgl. DECKER: Politische Meinungsforschung, S. 43. Eigene Darstellung in Anlehnung an DECKER, 2001, S. 43.

Im internen Kontext dient die Bezugnahme auf Umfragen dem Ziel, Entscheidungen über Personen und Sachfragen in einem bestimmten Sinne zu beeinflussen.²⁸⁶ Dem Wähler bleibt dies meistens verborgen. Das Gegenteil ist

²⁸⁵ Einen Überblick hierzu gibt KEPPLINGER, Hans Mathias/ NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Wirkung der Massenmedien, in: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen: Das Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main 2004, S. 597-647.

²⁸⁶ Vgl. BRETSCHEIDER, Rudolf: Demoskopie als Politikersatz? Gebrauch und Mißbrauch der politischen Meinungsforschung, in: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./WELAN, Manfred (Hrsg.): Demokratierituale. Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft. Wien 1985, S. 273 sowie KRÜKE, Anja: Sozialer Protest und Medien: Wie mit Meinungsforschung Meinung gemacht wird, in: Zeitschrift für sozialistische Politik und Wirtschaft 139, URL: <http://www.linksnet.de/textsicht.php?id=1401> (Stand: 02.01.2006), S. 2.

der Fall bei Verwendung von Umfragen im externen Kontext. Dann geht es Parteien um „[...] Stimmenwerbung, also um Wählermobilisierung und Beeinflussung des von den Medien vermittelten Meinungsklimas.“²⁸⁷ Auf Regierungsebene dient der Einsatz von Umfragen in erster Linie der Legitimation anstehender oder bereits getroffener Entscheidungen. Langfristig dient der Einsatz von Umfragen der Erkundung des Wählerwillens zu Grundsatzentscheidungen mit größerer Tragweite. Zudem dient die Meinungsforschung als Mittel zur Selbstbeobachtung der Politik, da diejenigen, die aktiv Politik machen, sich nicht zuverlässig selbst beobachten können.²⁸⁸

Im Umfeld von Wahlen erfreuen sich Umfragen überdurchschnittlicher gesellschaftlicher Aufmerksamkeit. Hierbei lassen sich drei Betätigungsfelder für Demoskopien ausmachen:²⁸⁹ (i) Wahlumfragen, (ii) kommunikative Vermittlung der Parteiprogramme sowie (iii) die Analyse der tatsächlichen Wahlergebnisse.

Bei den Wahlumfragen lässt sich zwischen einem internen und einem externen Adressatenkreis unterscheiden. Auf der internen Ebene sollen die Umfragen Informationen über die Außenwirkung von Politikern und Haltungen der Bürger zu bestimmten Sachfragen liefern, um den Wahlkampf optimal unter dem Aspekt der Stimmenmaximierung betreiben zu können. Auf der externen Ebene ist nochmals nach dem Zeitpunkt zu unterscheiden.

Wahlprognosen im engeren Sinne werden bis zum Tag vor der Wahl durchgeführt und basieren auf der Frage nach der Wahlabsicht, der so genannten „Sonntagsumfrage“²⁹⁰. Davon zu unterscheiden sind Umfragen nach der Abgabe des Stimmzettels, so genannte *exit polls*. Diese ermöglichen Hochrechnungen innerhalb kürzester Zeit mit erstaunlich hohen Genauigkeiten und führten nach ihrem Aufkommen zu einer Imageverbesserung der Umfrageforschung in der Bevölkerung.²⁹¹ Als dritte Art der Wahlumfragen lassen sich ferner noch Hochrechnungen nennen. Diese basieren bereits auf

²⁸⁷ DECKER: Politische Meinungsforschung, S. 44.

²⁸⁸ Vgl. KRÜKE: Sozialer Protest und Medien, S. 2.

²⁸⁹ Vgl. im Folgenden DECKER: Politische Meinungsforschung, S. 44ff.

²⁹⁰ In den fünfziger Jahren wurde die Verfassungsmäßigkeit der „Sonntagsumfrage“ angezweifelt, da sie die Wahl vorwegnehme. Vgl. MEYEN: Die Anfänge der empirischen Medien- und Meinungsforschung in Deutschland, S. 66.

²⁹¹ Vgl. SCHEUCH: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland, S. 12.

den tatsächlichen Wahlergebnissen und berücksichtigen im Unterschied zu den *exit polls* somit auch Briefwähler.

Für die Vermittlung der Parteiprogramme ist ebenfalls wieder zwischen intern und extern zu unterscheiden. Im ersten Fall sollen innerparteiliche Kommunikationsstudien Anhaltspunkte für die Mobilisierung der eigenen Parteimitglieder gewonnen werden, die nach ihrer Mobilisierung die Rolle von „Meinungsführern“ im lokalen Wahlkampf übernehmen. Für den externen Bereich sollen zum einen Massenkommunikationsstudien Erkenntnisse über die Wirkung von Massenmedien auf das Wählerverhalten bringen, zum anderen sollen Werbemitteltests die Akzeptanz und Verständlichkeit von Slogans, Plakaten und Anzeigen testen.

Die Wahlanalyse ist das wissenschaftlich anspruchvollste Feld im Bereich der Meinungsforschung. Eine besondere Stellung kommt dabei der Anfang der siebziger Jahre vom Bonner *infas-Institut* entwickelten Wanderungsanalyse zu. Sie hat das Ziel, die Wanderungsströme zwischen den einzelnen Parteien im Vergleich zur vorangegangenen Wahl sichtbar zu machen. Ein weiterer sehr interessanter Aspekt für die Parteien in diesem Bereich sind Bewegungen im Bereich der Stammwählerschaft, um daraus Erkenntnisse für einen zielgruppenorientierten Wahlkampf erzielen zu können. Der CDU-Wahlkampfexperte Peter RADUNSKI führt noch weitere Leistungen der Meinungsforschung für den Wahlkampf auf: Kandidatenanalyse, innerparteiliche Kommunikationsstudien, Massenkommunikationsstudien für eine zielgruppengerichtete Mediaplanung sowie semantische Analysen, also was die Wähler mit bestimmten Begriffen assoziieren.²⁹²

5.4.4 Meinungsforschung und die Parteien

Die CDU, besser gesagt das Kanzleramt, hatte sich bereits früh mit Umfrageforschung beschäftigt und sah eine demoskopische Beratung als relativ selbstverständlich an, wie die langjährige Beratung ADENAUERS durch NEUMANN und das *IfD* belegt. Die Wahlsiege ADENAUERS, denen umfangreiche soziologische und tiefenpsychologische Analysen des politischen Klimas vorangingen, lenkten die Aufmerksamkeit der Politiker und der Presse auf die

²⁹² Vgl. GALLUS: Demoskopie, S. 31f.

Meinungsumfragen.²⁹³ Vor dem Bundestagswahlkampf 1957 beauftragte die CDU-Bundesgeschäftsstelle zusätzlich das *Emnid*-Institut, „[...] auch um nicht ganz dem exklusiven Umfragewissen des Kanzlers ausgeliefert zu sein.“²⁹⁴ 1966/67 gründete die CDU, bzw. die ihr nahe stehende *Konrad-Adenauer-Stiftung*, das *Wissenschaftliche Institut der Konrad-Adenauer-Stiftung*²⁹⁵ mit der Absicht, die Meinungsforschung für die Partei unter wissenschaftlichen Maßstäben voran zu treiben.²⁹⁶ Das Institut, Anfang der siebziger Jahre zu einem „außeruniversitären Forschungsinstitut“²⁹⁷ ausgebaut, sollte schwerpunktmäßig Wahl- und Massenkommunikationsforschung betreiben. Zur Unterstützung der Grundlagenforschung in diesen beiden Bereichen wurden drei umfangreiche Datenbanken aufgebaut. Zur maschinengestützten Auswertung stand eines der zur damaligen Zeit leistungsstärksten Rechenzentren der Bundesrepublik bereit. Besonderes Augenmerk verdient dabei die Datenbank zur Analyse von Fernsehsendungen. Dabei bezog die Analyse sich sowohl auf Inhalte als auch auf die Rezeption. Nachdem diese Art Untersuchung auf wenig Interesse in der CDU stieß, wurde sie dort eingestellt, konnte sich aber an Universitäten etablieren.²⁹⁸

Im Jahre 1972 führte das Institut aus der empirischen Sozialforschung die *Panelbefragung* in die Meinungsforschung ein. Diese sah vor, eine feststehende Gruppe von Personen in regelmäßigen Abständen zu befragen. Das Ziel hierbei war, „[...] zu besseren Beobachtungsergebnissen in der Entwicklung von Meinungen zu kommen und damit den eigentlichen Vorgang der Meinungsbildung nahezu in der Totalen erkennbar zu machen.“²⁹⁹ Nachdem die CDU bei der Wahl 1972 weniger Stimmen als die SPD erhielt, wurde das Institut von Seiten der Partei zu einem erheblichen Teil dafür verantwortlich gemacht. Dies bedeutete das Aus des wichtigsten politikberatenden Instituts der CDU in demoskopischer Hinsicht.³⁰⁰

²⁹³ Vgl. SCHMIDTCHEN/NOELLE-NEUMANN: Die Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen, S. 170.

²⁹⁴ GALLUS: Demoskopie, S. 32.

²⁹⁵ Wenige Jahre später wurde diese in Sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut der Konrad-Adenauer-Stiftung (SFK) umbenannt.

²⁹⁶ Vgl. KRUIKE: Der Kampf um die politische Deutungshoheit, S. 307ff.

²⁹⁷ Vgl. KALTEFLEITER, Werner: Konrad-Adenauer-Stiftung. Jahresbericht 1970. Bonn 1971, S. 39; zit. in: KRUIKE: Der Kampf um die politische Deutungshoheit, S. 308.

²⁹⁸ Vgl. KRUIKE: Der Kampf um die politische Deutungshoheit, S. 310.

²⁹⁹ Ebenda, S. 310.

³⁰⁰ Vgl. ebenda, S. 312f.

Für die Vorbereitungen des SPD-Wahlkampfes zur Bundestagswahl 1969 beauftragten die Sozialdemokraten neben *infas* in Bonn erstmals das Münchner Institut *Infratest*. Die Münchner kamen aus dem Feld der Marktforschung und übertrugen einen Teil ihrer dortigen Erfahrungen nun in die Meinungsforschung. *Infratest* ging davon aus, dass sich ein Großteil der Wähler hauptsächlich über die Massenmedien politisch informierte, wobei die Sozialisation der Menschen durch ihr Milieu einen erheblichen Einfluss auf die Aufnahme (politischer) Informationen habe. Konsequenterweise wurden gesellschaftliche Zielgruppen definiert und deren spezifische Wahrnehmungs- und Verarbeitungsmuster untersucht.³⁰¹ Mit Hilfe dieser Untersuchungen orientierte sich die SPD erstmals auf spezifische Zielgruppen, wobei insbesondere die Mittelschicht und die Jungwähler als Wähler gewonnen werden sollten.

Aufgrund des Wahlerfolges baute *Infratest* den Ansatz der Ansprache medial und sozialpsychologisch definierter Zielgruppen in den siebziger Jahren aus. Mit der *Infratest Multi-Media-Analyse* wurde 1972 erstmals ein auf Wählergruppen zugeschnittenes Werkzeug zur Mediennutzungsforschung und Medienoptimierungsforschung angeboten. Diese konnte Auskunft geben, welche Zielgruppe, mit welchem Medium, am besten zu erreichen sei. Eine weitere Innovation waren kurzfristig angesetzte Telefonumfragen. Hierbei waren nicht die Telefonumfragen als solches neu, diese wurde bereits in den fünfziger Jahren im Kanzleramt als Mittel der Beobachtung öffentlicher Meinung eingesetzt, sondern die Regelmäßigkeit der Durchführung. So wurde die Wirkung von Fernsehauftritten BRANDTs telefonisch eingeholt, um Verhaltensempfehlungen für die kommenden Auftritte geben zu können.³⁰²

Nach dem für die SPD erfolgreichen Wahlkampf 1972 wurde im darauf folgenden Jahr das Programm *Politische Psychologie* beim Kanzleramt verankert. Im Zuge des in den Fokus der Öffentlichkeit geratenen Wertewandels³⁰³ und des Bedeutungszugewinns nicht-materieller Werte wie beispielswei-

³⁰¹ Vgl. ebenda, S. 301.

³⁰² Vgl. ebenda, S. 302ff.

³⁰³ Für eine umfassende Darstellung verschiedener Theorien zum Wertewandel vgl. INGLEHART, Ronald: Kultureller Umbruch. Wertewandel in der westlichen Welt. Frankfurt/Main 1989.

Institut für Sozialforschung: Studien über Autorität und Familie. Forschungsbericht des Instituts für Sozialforschung. Paris 1936; KLAGES, Helmut (Hrsg.): Wertewandel und gesellschaftlicher Wandel. Frankfurt/Main 1984 sowie NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Werden wir alle Proletarier? Wertewandel in unserer Gesellschaft. Zürich 1978.

se „Selbstverwirklichung“ und „Frieden“ erkannte man, dass die bisherigen Zielgruppenansprachen einer noch stärkeren Differenzierung benötigten.³⁰⁴

Besondere Bedeutung kam dem Zeitpunkt der Veröffentlichung der Umfragen zu.³⁰⁵ Da die Umfragen noch größtenteils von den Parteien selbst in Auftrag gegeben wurden, konnten diese noch selbst über den Zeitpunkt entscheiden. Erst nach der Bundestagswahl 1969 begannen die Medien selbst Untersuchungen in Auftrag zu geben³⁰⁶, gleichwohl dauerte es bis zum Bundestagswahlkampf 1976 bis Umfrageberichterstattung in erwähnenswertem Umfang stattfand.³⁰⁷ Im Zuge dieser Entwicklung wurden die entsprechenden Medien immer häufiger selbst zum Auftraggeber von Umfragen³⁰⁸ und somit zu einem wichtigen Kunden der Meinungsforschungsinstitute.³⁰⁹ Damit vollzog sich ein schleichender Wandel von einem „[...] mehr oder weniger geheimen [...] Instrument der Politik zu einem allgemeinen medial verfügbaren und eingesetzten Instrument zur Meinungsbildung und des Wahlkampfes.“³¹⁰

Ungeachtet der Auseinandersetzung über das bessere Auswahlverfahren gelang es der privatwirtschaftlichen Marktforschung sich innerhalb weniger Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs zu etablieren. Bei der Meinungsforschung verlief die Entwicklung etwas langsamer. Hier kam es erst in den siebziger Jahren zu vollständigen Etablierung. Über die Auswirkung von Meinungsforschung ist es noch nicht zu einem Konsens in der Wissenschaft gekommen. Die vorgestellten Theorien können im Nachhinein fast jeden Effekt erklären.

³⁰⁴ Vgl. KRÜKE: Der Kampf um die politische Deutungshoheit, S. 304f.

³⁰⁵ GRUBE zeigt die Bedeutung des Veröffentlichungszeitpunktes einhergehend mit der Hoheit über die erste Interpretation am Beispiel des Kampfes über die Kanzlernachfolge 1963. Vgl. hierzu GRUBE: „Schröders Chancen steigen“.

³⁰⁶ Vgl. KRÜKE: Der Kampf um die politische Deutungshoheit, S. 318.

³⁰⁷ Vgl. BRETTSCHEIDER, Frank: Wahlumfragen und Medien - Eine empirische Untersuchung der Presseberichterstattung über Meinungsumfragen vor der Bundestagswahlen 1980 bis 1994, in: Politische Vierteljahresschrift 37, S. 478.

³⁰⁸ Die Funktion der Medien und ihr Einfluss im politischen Willensbildungsprozess ist wie die Rolle der Meinungsforschungsinstitute ein kontrovers diskutiertes Thema. Die heutige Sicht ist, dass die Macht der Medien hauptsächlich in ihrer Fähigkeit zur Themensetzung („Agenda setting“) besteht. Vgl. DECKER: Politische Meinungsforschung, S. 54.

³⁰⁹ Vgl. GELLNER, Winand: Demoskopie, Politik, Medien. Anmerkungen zu einem problematischen Verhältnis, in: JARREN, Otfried/SCHATZ, Heribert/WESSLER, Hartmut (Hrsg.): Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen 1996, S. 179.

³¹⁰ KRÜKE: Der Kampf um die politische Deutungshoheit, S. 300.

6 Schlussbetrachtung und Ausblick

Die Arbeit hatte zum Ziel, eine historische Studie über die Entstehung bis zur Etablierung der Umfrageforschung in Deutschland vorzulegen. In diesem Zusammenhang wurde eine Einteilung in vier Hauptphasen vorgenommen.

Im Zuge der aufkommenden Industrialisierung wurden erstmals Umfragen durchgeführt. Untersuchungsgegenstand waren die Arbeiter und Angestellten. Der *Verein für Socialpolitik* nahm in diesem ersten Zeitraum eine führende Rolle ein. Nach dem Ersten Weltkrieg übernahmen die Gewerkschaften diesen Part. Der Untersuchungsgegenstand blieb jedoch weitgehend derselbe. Aus methodischer Perspektive waren die damaligen Untersuchungen fragwürdig, wobei damit verbundene Probleme bereits erkannt wurden. Gegen Ende der zwanziger Jahre wurden erstmals im Bereich der empirischen Sozialforschung Untersuchungen durchgeführt, die sich methodisch zum Teil mit „modernen“ Umfragen vergleichen lassen. Der institutionelle Hintergrund war nur schwach ausgeprägt. Die weitere Entwicklung im akademischen Bereich kam mit der nationalsozialistischen Machtübernahme praktisch zum Erliegen. Im Gegensatz dazu kam es im privatwirtschaftlichen Bereich der Marktforschung während der NS-Zeit zur ersten Unternehmensgründung.

Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs verlief die Entwicklung der akademischen und der privatwirtschaftlichen Umfrageforschung unterschiedlich. Gemeinsam war beiden jedoch aufgrund des demokratischen Potenzials, das in der Umfrageforschung gesehen wurde, das Wohlwollen der amerikanischen Besatzungsbehörden. In der empirischen Sozialforschung gab es nach dem Krieg in den ersten Jahren eine zweigleisige Entwicklung: Den umfassenderen Part übernahm die Militärregierung. In deren Auftrag wurden zahlreiche Untersuchungen zur Einstellung der Deutschen gegenüber den amerikanischen Besatzungsbehörden, dem Demokratisierungspotenzial, Aspekten der internationalen Politik und, wie in Kapitel 4 gezeigt, den Medien durchgeführt. Im Rahmen dieser Untersuchungen wurden gezielt deutsche Wissenschaftler ausgebildet, so dass diese als Multiplikatoren fungieren konnten. Zeitgleich wurden bereits erste deutsche Forschungsinstitute gegründet bzw. wiedereröffnet, die schwerpunktmäßig Untersuchungen in Zusammenhang mit den Folgen des Krieges unternahmen. Große Bedeutung hatten Fragen zur Integration der Heimatvertriebenen, der Neuordnung der Wirtschaft, der Demokratisierung und

der Lebensideologie nach dem Ende des Nationalsozialismus. Bis 1951 etablierten sich wichtige Institute. Man kann dennoch noch nicht von einer Etablierung der empirischen Sozialforschung sprechen, da der universitäre Bereich noch zu schwach ausgeprägt war. Mit der Ausweitung der Universitätslandschaft zu Beginn der sechziger Jahre kam es nun auf dem universitären Gebiet zu einer Gründungsphase, der „zweiten Gründungsphase“ für die empirische Sozialforschung der Nachkriegszeit. Zahlreiche junge Wissenschaftler wechselten von den Forschungsinstituten auf einen der neugeschaffenen Lehrstühle. Für diese Zeit kann die Etablierung der empirischen Sozialforschung angesetzt werden, da nun beide Teilbereiche der empirischen Sozialforschung - die der Forschungsinstitute und die der universitären Lehre - etabliert waren. Auf der thematischen Ebene wurde in dieser Phase die Industriesoziologie zum Schwerpunkt der Untersuchungen. Begünstigt durch die Regierungsbeteiligung der SPD seit 1966 erfuhr die empirische Sozialforschung einen Boom: An den Universitäten verstärkte sich das bereits seit Beginn der sechziger Jahre wachsende Interesse am Fach Soziologie und die Fördermittel vervielfachten sich.

Im Feld der Marktforschung erfolgte bereits in den ersten zehn Jahren nach Kriegsende die Etablierung. Bis zur Mitte der fünfziger Jahre wurden ausreichend viele Institute gegründet, so dass ein Markt für die Marktforschung entstehen konnte. Die Aufträge wurden von unterschiedlichen Unternehmen aus der Wirtschaft und den Medien erteilt und führten zu breit gestreuten Untersuchungen. Im folgenden Zeitraum bis zum Ende der sechziger Jahre nahm die Anzahl der Neugründungen leicht zu. Auf der methodischen Ebene gab es gegenüber der ersten Phase keine wesentlichen Innovationen. Erst in den siebziger Jahren wurden insbesondere bei der Stichprobenbildung und auf dem Gebiet der psychologisch fundierten Motivforschung Fortschritte gemacht. In den siebziger Jahren kam es, zeitgleich mit dem Boom bei der empirischen Sozialforschung, zu einer Welle von Institutsneugründungen im Bereich der Marktforschung.

Die Meinungsforschung, in der vorgelegten Arbeit auf den Bereich der Wahlforschung reduziert, etablierte sich als Letzte. Ein Jahr nach Gründung der Bundesrepublik kam es erstmals zu Umfragen auf diesem Gebiet, die jedoch grundsätzlich nur für den internen Gebrauch und nicht für die Öffentlichkeit bestimmt waren. Zur Bundestagswahl 1957 wurde erstmals eine Wahlprognose

gestellt. In den folgenden zwei Jahrzehnten nahm ihre Anzahl und ihre Bedeutung im Wahlkampf stetig zu. Mit der Bundestagswahl 1976 wurden die Medien deshalb zum größten Auftraggeber für Wahlumfragen.

Der Zeitpunkt, ab dem man von einer Etablierung sprechen kann, war, wie aufgezeigt, in den drei Teilbereichen der Umfrageforschung unterschiedlich. Den Anfang macht die Marktforschung zu Beginn der fünfziger Jahre. Es folgen die empirische Sozialforschung ungefähr zehn Jahre und die Meinungsforschung weitere fünfzehn Jahre später.³¹¹ Für das die drei Teilbereiche umfassende Feld der Umfrageforschung kann man demzufolge erst Mitte der siebziger Jahre von der Etablierung ausgehen, da für die Etablierung des übergeordneten Ganzen die Etablierung aller untergeordneten Bereiche notwendig war.

Ein im Wesentlichen kontinuierlicher Prozess von der Entstehung bis zur Etablierung war, wie erwartet, nicht auszumachen. Zu groß waren die gesellschaftspolitischen Veränderungen in dieser Zeit. Der Übergang von der Weimarer Republik zum Nationalsozialismus und von diesem zur Nachkriegszeit ist jeweils als Bruch in der Entwicklung der Umfrageforschung zu betrachten. Wenn man allerdings eine „Verbindungslinie“ von der Weimarer Zeit zur Nachkriegszeit zieht, kann man auf der personellen Ebene eine gewisse Kontinuität erkennen, da zahlreiche bereits vor 1933 tätige Wissenschaftler ihre Arbeit fortführten und ihre Lehrveranstaltungen wieder aufnahmen.

Bedingt durch die außergewöhnlichen Umstände nach dem Zweiten Weltkrieg verlagerte sich der thematische Schwerpunkt vorerst weg von den Arbeitern und Angestellten. Ein gutes Jahrzehnt nach Gründung der Bundesrepublik rückten diese jedoch wieder in den Blickpunkt. So könnte auf der thematischen Ebene ebenfalls eine gewisse Kontinuität gesehen werden, jedoch mit einer über zwanzig Jahre andauernden Phase der Unterbrechung.

Auf der methodischen Ebene stellte die Nachkriegszeit unzweifelhaft einen Bruch zur davor in Deutschland bestehenden Umfrageforschung dar. Die Fortschritte, welche während der dreißiger und vierziger Jahre in den

³¹¹ Die Abbildungen 12 bis 14 im Anhang geben einen tabellarischen Überblick über die Phaseneinteilung der drei Teilgebiete. Der Zeitpunkt der Etablierung entspricht bei der Marktforschung der Phase IV a, bei der empirischen Sozialforschung und der Meinungsforschung jeweils der Phase IV c.

Vereinigten Staaten gemacht wurden sowie die Entdeckung der Repräsentativität, kamen durch Kulturtransfer nach Deutschland.

Ebenso wurde im Bereich der Meinungsforschung nach dem Krieg Neuland betreten. Politische Umfragen oder Wahlumfragen waren nicht nur während des Dritten Reiches, sondern auch zur Zeit der Weimarer Republik unbekannt gewesen. Als Resümee kann festgehalten werden, dass für eine Aussage über die Kontinuität der Umfrageforschung von Weimar über den NS-Staat zur Bundesrepublik zwischen den verschiedenen Ebenen - personell, thematisch und methodisch - und den drei dargestellten Teilbereichen der Umfrageforschung unterschieden werden muss. Tendenziell kann aber eher von einem Neuanfang nach dem Zweiten Weltkrieg ausgegangen werden, da die methodischen Veränderungen durch den Einzug der modernen Umfrageforschung in Deutschland überragend waren.

Auf einige Aspekte, zu denen (weitere) Arbeiten wünschenswert wären, wurde bereits indirekt hingewiesen. So fehlt es bislang an einer Gesamtdarstellung der frühen Umfragen in Deutschland, d. h. während der Kaiserzeit und der Weimarer Republik. Hierauf aufbauend könnte untersucht werden, ob thematisch betrachtet Deutschland einen Sonderweg im Vergleich zu anderen europäischen Staaten oder den USA gegangen ist. Für die Nachkriegszeit könnte analysiert werden, ob die Vereinigten Staaten nur in Deutschland Interesse an einer auf neuesten Erkenntnissen fußenden Umfrageforschung hatten oder ob dies auch in anderen europäischen Ländern der Fall war. Zum selben Thema wäre auch ein Vergleich mit Japan interessant, da sowohl Deutschland als auch Japan 1945 durch die USA besetzt wurden, sich aber anschließend zu wichtigen Verbündeten entwickelt hatten. Im Bereich der Meinungsforschung wären Arbeiten zur endgültigen Beurteilung des Einflusses der Meinungsforschung auf die öffentliche Meinung wünschenswert.

Über diese Punkte hinaus wäre es interessant zu sehen, in welcher Weise Umfragen als historische Quellen genutzt werden könnten. Arbeiten zu diesem Aspekt liegen bisher noch keine vor, obgleich die Idee hierzu nicht neu ist.³¹² In Verbindung hiermit könnte untersucht werden, inwieweit diese Quellen

³¹² Vgl. LAZARSFELD, Paul, F.: Meinungsforschung und Geschichtsschreibung, in: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/KÖCHER, Renate (Hrsg.): Allensbacher Jahrbuch 1984-1992. München 1993, S. E 21 sowie GRUBE: „Schröders Chancen steigen“, S. 223.

die Ergebnisse „herkömmlicher“ Forschung stützen oder ob sie etwa in einzelnen Bereichen ein differenziertes Bild darstellen würden. Als Forschungsgegenstände kämen hier indes nur solche in Frage, zu denen es ausreichendes und zuverlässiges, d. h. mit Methoden der modernen Umfrageforschung gewonnenes Material in den Archiven gibt. Für Deutschland beginnt der mögliche Untersuchungszeitraum aus diesem Grunde mit der Gründungsphase der akademischen Forschungs- und der privatwirtschaftlichen Markt- und Meinungsforschungsinstitute nach dem Zweiten Weltkrieg. Insbesondere Themen, die in der Bevölkerung ausgiebig diskutiert wurden und die daher verstärkt in den Fokus der Umfrageforscher gerieten, böten sich hier an. Historisch gesehen könnte die Währungsreform 1948 eines der ersten Themen sein, das sich für eine solche Untersuchung anbieten würde.

Literaturverzeichnis

- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.:**
Wir über uns. URL: <http://www.adm-ev.de/> (Stand: 10.12.05).
- ADORNO**, Theodor W.: Zur gegenwärtigen Stellung der empirischen Sozialforschung in Deutschland. Einleitungsvortrag der Arbeitstagung "Empirische Sozialforschung", Weinheim, 14. bis 16. Dezember 1951, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 13-22.
- Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V.:**
Wer ist die ASI?. URL: <http://www.gesis.org/asi/asi1.html> (Stand: 10.12.05).
- BAUSCH**, Ulrich M.: Die Kulturpolitik der US-amerikanischen Information Control Division in Württemberg-Baden von 1945 bis 1949. Zwischen militärischem Funktionalismus und schwäbischem Obrigkeitsdenken. Stuttgart 1992.
- BERGLER**, Georg: Die Entwicklung der Verbrauchsforschung in Deutschland und die Gesellschaft für Konsumforschung bis zum Jahre 1945. Kallmünz/Oberpfalz 1960.
- Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.:** Handbuch der Marktforschungsunternehmen 1986/87. Düsseldorf 1986.
- BESSLER**, Hansjörg: Hörer- und Zuschauerforschung. München 1980.
- BOGARDUS**, Emory S.: The New Social Research. New York 1964. (8. Auflage).
- BONSS**, Wolfgang: Kritische Theorie und empirische Sozialforschung. Anmerkungen zu einem Fallbeispiel, in: FROMM, Erich: Arbeiter und Angestellte am Vorabend des Dritten Reiches. Eine sozialpsychologische Untersuchung. Stuttgart 1980, S. 7-46.
- BRAUN**, Hans/**ARTICUS**, Stephan: Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der amerikanischen Besatzungspolitik 1945-1949, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 36, 1984, S. 703-737.
- BRETSCHNEIDER**, Rudolf: Demoskopie als Politikersatz? Gebrauch und Mißbrauch der politischen Meinungsforschung, in: PLASSER, Fritz/ULRAM, Peter A./WELAN, Manfred (Hrsg.): Demokratierituale. Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft. Wien 1985, S. 271-278.

- BRETTSCHEIDER**, Frank: Wahlumfragen und Medien - Eine empirische Untersuchung der Presseberichtserstattung über Meinungsumfragen vor den Bundestagswahlen 1980 bis 1994, in: Politische Vierteljahresschrift 37, 1996, S. 475-493.
- BRETTSCHEIDER**, Frank: Demoskopie im Wahlkampf - Leistern oder Irrlicht?, in KLEIN, Markus (Hrsg.): 50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten. Wiesbaden 2000, S. 477-505.
- BRICKNER**, Richard M.: Is German Incurable?. Philadelphia 1943.
- CONVERSE**, Jean M.: Survey research in the United States. Roots and emergence 1890-1960. Berkeley 1987.
- CRESPI**, Leo P.: America's Interest in German Survey Research, in: Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952, S. 215-217.
- DECKER**, Frank: Politische Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Bilanz nach fünfzig Jahren, in: Zeitschrift für Politikwissenschaft 11, 2001, S. 32-69.
- DIEKMANN**, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbeck 1998. (4., durchgesehene Auflage).
- DRÖGE**, Franz: Der zerredete Widerstand. Zur Soziologie und Publizistik des Gerüchts im 2. Weltkrieg. Düsseldorf 1970.
- FRIEDBURG**, Ludwig von: Soziologie des Betriebsklimas. Studien zur Deutung empirischer Untersuchungen in industriellen Großbetrieben. Frankfurt/Main 1963.
- FRIEDBURG**, Ludwig von: Wie war das damals? Zur Erinnerung an die erste Arbeitstagung über empirische Sozialforschung in der Bundesrepublik, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 23-28.
- FRÖHNER**, Rolf: Zur Problematik der Meinungsforschung, in: SCHMIDT, Robert, H.: Methoden der Politologie. Darmstadt 1967, S. 386-415.
- FROMM**, Erich: Arbeiter und Angestellte am Vorabend des Dritten Reiches. Eine sozialpsychologische Untersuchung. Stuttgart 1980.

- GALLUS**, Alexander: Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfs. "Wirkliche Macht" oder "Faktor ohne politische Bedeutung"?, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 15-16, 2002, S. 29-36.
- GALLUS**, Alexander/**LÜHE**, Marion: Öffentliche Meinung und Demoskopie. Opladen 1998.
- GAYER**, Kurt: Das große Verhör. Fug und Unfug der Demoskopie. Gütersloh 1969.
- GELLNER**, Winand: Demoskopie, Politik, Medien. Anmerkungen zu einem problematischen Verhältnis, in: JARREN, Otfried/SCHATZ, Herbert/WESSLER, Hartmut (Hrsg.): Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen 1996, S. 169-184.
- GERHARDT**, Uta: Re-Education als Demokratisierung der Gesellschaft Deutschlands durch das amerikanische Besatzungsregime. Ein historischer Bericht, in: Leviathan 27, 1999, S. 355-385.
- GERHARDT**, Uta: Der Einfluss der USA, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 29-50.
- GERHARDT**, Uta: Zweimal Surveyforschung. Der Neuanfang der empirischen Sozialforschung in Westdeutschland nach 1945. Zur Entstehung des Neuen durch Kulturtransfer. Eine wissenschaftliche Skizze. Unveröffentlichtes Manuskript 2004.
- German-American Fulbright Commission**: The First Class of Fulbrighters. URL:http://www.fulbright.de/commission/program/downloads/first_class_fulbrighters.pdf (Stand: 26.12.05).
- Gewerkschaftsbund der Angestellten**: Die wirtschaftliche und soziale Lage der Angestellten. Ergebnisse aus der großen sozialen Erhebung des Gewerkschaftsbundes der Angestellten. Berlin 1931.
- GfK Nürnberg**: Marktforschung 1934-1984. Festschrift zum 50jährigen Bestehen. o.A. 1984.
- GÖHRE**, Paul: Drei Monate als Fabrikarbeiter und Handwerksbursche. Leipzig 1891.

- GRUBE**, Norbert: "Schröders Chancen steigen" - "Steigende Chancen für Ehrhard". Demoskopische Politikberatung in der Entscheidung um die Kanzlernachfolge Konrad Adenauers im Frühjahr 1963, in: Historisch-Politische Mitteilungen. Archiv für Christlich-Demokratische Politik 10, 2003, S. 193-223.
- GÜLLNER**, Manfred: Mensch oder Markt: Vom deutschen Wesen der Marktforschung von 1934 bis heute. Unveröffentlichtes Manuskript 2004.
- HAGEN**, Wolfgang: Geschichte der Demoskopie. URL: <http://whagen.de/publications/AlleKeiner/ARCHDEMO.HTM> (Stand: 16.11.05).
- HENNIS**, Wilhelm: Meinungsforschung und repräsentative Demokratie. Zur Kritik politischer Umfragen. Tübingen 1957.
- HIRSCHBERG**, Ernst: Die Soziale Lage der arbeitenden Klassen in Berlin. Berlin 1897.
- IGO**, Sarah E.: "A Gold Mine and a Tool for Democracy": George Gallup, Elmo Roper, and the Business of Scientific Polling, 1936-1955. Unveröffentlichtes Manuskript 2006.
- INGLEHART**, Ronald: Kultureller Umbruch. Wertwandel in der westlichen Welt. Frankfurt/Main 1989.
- Institut für Demoskopie Allensbach**: Allensbach. Allensbach 1997.
- Institut für Demoskopie Allensbach**: Schriftenverzeichnis des Instituts für Demoskopie Allensbach und seiner Mitarbeiter 1947-1997. Allensbach 1997.
- Institut für Sozialforschung**: Studien über Autorität und Familie. Forschungsbericht des Instituts für Sozialforschung. Paris 1936.
- Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.**: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Methodenforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952.
- JAHODA**, Marie/**LAZARSELD**, Paul F./**ZEISEL**, Hans: Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch. Frankfurt 1975.
- KAASE**, Max: Politische Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland, in: Politische Vierteljahresschrift 18, 1977, S. 452-475.
- KAESLER**, Dirk: Soziologie und Nationalsozialismus. Über den öffentlichen Gebrauch der Historie, in: Soziologie 26, Heft 3, 1997, S. 20-32.

- KAPFERER**, Clodwig: Zur Geschichte der deutschen Marktforschung. Aufzeichnungen eines Mannes, der dabei war. Hamburg 1994.
- KELLER**, Felix: Archäologie der Meinungsforschung. Mathematik und die Erzählbarkeit des Politischen. Konstanz 2001.
- KELLERER**, Hans: Wesen, Wert und Grenzen des Stichprobenverfahrens für die empirische Sozialforschung, in: Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952, S. 103-116.
- KELLERER**, Hans: Statistik im modernen Wirtschafts- und Sozialleben. Hamburg 1966. (64.-74. Tausend).
- KEPPLINGER**, Hans Mathias/**NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Wirkung der Massenmedien, in: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen: Das Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main 2004, S. 597-647.
- KERN**, Horst: Empirische Sozialforschung. Ursprünge, Ansätze, Entwicklungslinien. München 1982.
- KLAGES**, Helmut (Hrsg.): Wertwandel und gesellschaftlicher Wandel. Frankfurt/Main 1984.
- KLINGEMANN**, Carsten: Der Oberförster jagt den Nazijäger. Rufmord als letztes Mittel der Vergangenheitsbewältigung, in: Soziologie 26, Heft 3, 1997, S. 31-51.
- KNOLL**, Reinhard/**MAJCE**, Reinhard/**WEISS**, Hilde/**WIESNER**, Georg: Der österreichische Beitrag zur Soziologie von der Jahrhundertwende bis 1938, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 23, 1981, S. 59-101.
- KRUKE**, Anja: Der Kampf um die politische Deutungshoheit. Meinungsforschung als Instrument von Parteien und Medien in den Siebzigerjahren, in: Archiv für Sozialgeschichte Band 44, 2004, S. 293-326.
- KRUKE**, Anja: Rezension zu Christoph Weischer: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung'. Strukturen, Praktiken und Leitbilder der Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland. URL: <http://www.sehepunkte.historicum.net/2005/10/pdf/6922.pdf> (Stand: 17.11.05).

- KRUKE**, Anja: Sozialer Protest und Medien: Wie mit Meinungsforschung Meinung gemacht wird, in: Zeitschrift für sozialistische Politik und Wirtschaft 139, URL: <http://www.linksnet.de/textsicht.php?id=1401> (Stand: 02.01.2006).
- KRUKE**, Anja: "Responsivität" als Form der Medialisierung: Meinungsforschung zwischen Parteien und Medien in den sechziger Jahren. Unveröffentlichtes Manuskript 2006.
- KRUKE**, Anja/**ZIEMANN**, Benjamin: Meinungsumfragen in der Konkurrenzdemokratie. Auswirkungen der Demoskopie auf die Volksparteien und den politischen Massenmarkt 1945/49-1990, in: Historical Social Research 26, 2001, S. 171-179.
- LAZARSELD**, Paul F. u.a.: The People's Choice. How the Voters Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. New York 1944.
- LAZARSELD**, Paul, F.: Meinungsforschung und Geschichtsschreibung, in: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/KÖCHER, Renate (Hrsg.): Allensbacher Jahrbuch 1984-1992. München 1993, S. E16-E27.
- LEPSIUS**, Rainer: Die Entwicklung der Soziologie nach dem Zweiten Weltkrieg 1945-1967, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 21, 1979, S. 25-70.
- LEVENSTEIN**, Adolf: Die Arbeiterfrage. Mit besonderer Berücksichtigung der sozialpsychologischen Seite des modernen Großbetriebes und der psycho-physischen Einwirkungen auf die Arbeiter. München 1912.
- LÜSCHEN**, Günther: Anmerkungen zur Entwicklung und zum Praxisbezug der deutschen Soziologie, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 21, 1979, S. 1-24.
- LYND**, Robert S./**LYND**, Helen: Middletown. A Study in Modern American Culture. New York 1929.
- LYND**, Robert S./**LYND**, Helen: Middletown in Transition. New York 1937.
- MERRITT**, Anna J./**MERRITT**, Richard, L.: Public opinion in occupied Germany. The OMGUS surveys, 1945-1949. Urbana 1970.
- MERRITT**, Anna J./ **MERRITT**, Richard, L.: Public opinion in semisovereign Germany. The HICOG surveys, 1949-1955. Urbana 1980.

- MEULEMANN**, Heiner: Immer noch angewandte Aufklärung. Entwicklungstendenzen der empirischen Markt- und Sozialforschung, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 89-101.
- MEYEN**, Michael: Die Anfänge der empirischen Medien- und Meinungsforschung in Deutschland, in: ZA-Information 50, 2002, S. 59-80.
- NEUMANN**, Erich Peter: Politische und soziale Meinungsforschung in Deutschland, in: Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V.: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung, Methoden und Probleme. Frankfurt/Main 1952, S. 44-51.
- NEURATH**, Paul: Paul Lazarsfeld und die Institutionalisierung der empirischen Sozialforschung: Ausfuhr und Wiedereinfuhr einer Wiener Institution, in: SRUBAR, Ilja: Exil, Wissenschaft, Identität. Die Emigration deutscher Sozialwissenschaftler 1933-1945. Frankfurt/Main 1988, S. 67-105.
- NOELLE**, Elisabeth: Amerikanische Massenbefragungen über Politik und Presse. Frankfurt/Main 1940.
- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Meinung und Meinungsführer. Über den Fortschritt der Publizistikwissenschaft durch Anwendung empirischer Forschungsmethoden, in: Publizistik 8, 1963, S. 316-323.
- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeit. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien, in: Publizistik 18, 1973, S. 26-55.
- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Werden wir alle Proletarier? Wertewandel in unserer Gesellschaft. Zürich 1978.
- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung. Freiburg 1979. (2., durchgesehene Auflage).
- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut. Frankfurt/Main 1985.
- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Vierzig Jahre, in: Institut für Demoskopie: Demoskopie und Aufklärung. Ein Symposium. München 1988, S. 63-65.
- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Öffentliche Meinung, in: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen: Das Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main 2004, (3. Auflage), S. 392-406.

- NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth/**PETERSEN**, Thomas: Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie. Berlin 2000. (3. Auflage).
- OBERSHALL**, Anthony: Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848-1914. München 1997.
- PIRKER**, Theo et al.: Arbeiter, Management und Mitbestimmung. Stuttgart 1955.
- POPITZ**, Heinrich et al.: Das Gesellschaftsbild des Arbeiters. Tübingen 1957.
- POPITZ**, Heinrich et al.: Technik und Industriearbeit. Tübingen 1957.
- RABEHL**, Bernd/**WILKE**, Manfred: Zum Tode von Theo Pirker (2.3.1922 - 31.8.1995). Ein Leben wider den faulen Kompromiß. URL: <http://web.fu-berlin.de/fun/1995/10-95/l2.htm> (Stand: 26.12.05).
- RAMMSTEDT**, Otthein: Deutsche Soziologie 1933-1945. Die Normalität einer Anpassung. Frankfurt/Main 1986.
- RAMMSTEDT**, Otthein: Über die Grenzen des Erlaubten. Die Behandlung Alfred Webers durch Carsten Klingemann und ihre Rezension durch Dirk Kaesler, in: Soziologie 26, Heft 3, 1997, S. 52-57.
- SCHAD**, Susanne Petra: Empirical Social Research in Weimar-Germany. Paris 1972.
- SCHAEFER**, Wolfgang/**MILLER**, Mungo: Schwierigkeiten der Umfrageforschung in den fünfziger Jahren in Deutschland: Erinnerungen und Beobachtungen, in: ZUMA-Nachrichten 43, 1998, S. 8-35.
- SCHELSKY**, Helmut: Zur Entstehungsgeschichte der bundesdeutschen Soziologie. Ein Brief an Rainer Lepsius, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 32, 1980, S. 417-456.
- SCHEUCH**, Erwin K.: Von den Pioniertaten zur Institution - Beobachtungen zur Entwicklung der empirischen Sozialforschung, in: FRANKE, Dieter/SCHARIOTH, Joachim: 40 Jahre Markt- und Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland. München 1990, S. 43-67.
- SCHEUCH**, Erwin K.: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland in den siebziger und achtziger Jahren, in: ZUMA-Nachrichten 45, 1999, S. 7-22.
- SCHEUCH**, Erwin K.: Der Aufstieg der empirischen Sozialforschung aus dem Geist des New Deal, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 51-58.

- SCHMIDTCHEN**, Gerhard: Die repräsentative Quotenauswahl. Bericht über ein Quota-Random-Experiment des Instituts für Demoskopie Allensbach. Allensbach 1961.
- SCHMIDTCHEN**, Gerhard: Die befragte Nation. Über den Einfluss der Meinungsforschung auf die Politik. Frankfurt/Main, Hamburg 1965.
- SCHMIDTCHEN**, Gerhard/**NOELLE-NEUMANN**, Elisabeth: Die Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen für die offene Gesellschaft, in: Politische Vierteljahresschrift 4, 1963, S. 168-195.
- STILLICH**, Oscar: Die Lage der weiblichen Dienstmädchen in Berlin. Berlin 1902.
- THOMAS**, William I./**ZNANIECKI**, Florian: The Polish peasant in Europe and America. New York 1959. (Reprinted Edition).
- THURSTONE**, Lewis Leo/**CHAVE**, Ernest J.: The Measurement of Attitude – A Psychophysical method and some experiments with a scale for measuring attitude toward the church. Chicago 1929.
- Verein für Socialpolitik**: Wucher auf dem Lande. Berichte und Gutachten. Leipzig 1887.
- Verein für Socialpolitik**: Die Verhältnisse der Landarbeiter Nordwestdeutschland (Oldenburg; Provinz Hannover: Reg.-Bez. Aurich, Osnabrück, Hannover nördl. Teil, Stade, Lüneburg; Bremen; Lippe-Detmold; Schaumburg-Lippe; Provinz Hessen-Nassau: Kreis Rinteln; Provinz Westfalen; Waldeck), Württemberg, Baden und in den Reichslanden. Leipzig 1892.
- von der HEYDE**, Christian: Probleme und Entwicklungstrends der Umfrageforschung. Stichprobenverfahren in der Umfrageforschung, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 141-148.
- WACK**, Simone: Die Branchenstruktur der Markt- und Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland von 1986 bis 1996. Eine deskriptive Analyse. URL: <http://skylla.wz-berlin.de/pdf/1998/iii98-103.pdf> (Stand: 13.11.05).
- WEISCHER**, Christoph: Das Unternehmen 'Empirische Sozialforschung'. Strukturen, Praktiken und Leitbilder der Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland. München 2004.
- WEISCHER**, Christoph: o.A., URL: <http://homepage.ruhr-uni-bochum.de/christoph.Weischer/> (Stand: 29.12.05).

- WENDT**, Friedrich: Wann wird das Quotenverfahren begraben?, in: Allgemeines Statistisches Archiv 44, 1960, S. 35-40.
- WETTSTEIN-ADEL**T, Minna: 3 1/2 Monate Fabrikarbeiterin. Berlin 1893.
- WIESE**, Leopold von: Literaturbesprechung zu Ludwig von FRIEDEBURG: Die Umfrage in der Intimsphäre, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 6, S. 121-122.
- WÜBBENHORST**, Klaus L.: Added Value durch Umfrageforschung, in: SAHNER, Heinz: Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen. Baden-Baden 2002, S. 103-111.
- ZEISEL**, Hans: Der Anfang moderner Sozialforschung in Österreich. Die österreichische wirtschaftspsychologische Forschungsstelle 1925-1938, in: ROSENMAYR, Leopold: Soziologie: Forschung in Österreich. Methoden; theoretische Konzepte; praktische Verwertung. Wien 1969, S. 43-46.
- ZEISEL**, Hans: Paul Lazarsfeld und das Wien der Zwanziger Jahre, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 21, 1979, S. 395-403.
- Zentrum für Sozialforschung Halle e.V.**: o.A., URL: <http://www.zsh-online.de/mitarbeiter.php?id=007> (Stand: 26.12.05).

Anhang

Zuordnung der OMGUS-Reports zu verschiedenen thematischen Bereichen

Die nachstehende Tabelle zeigt die Zuteilung der *Survey Reports*, die von der amerikanischen Militärregierung bis 1949 zu den Bereichen „Einstellung der deutschen Bevölkerung zur amerikanischen Besatzungspolitik“ (Bereich 1), „Demokratisierung“ mit Umfragen zur De-Nazifizierung und zur Eruiierung der Einstellung der Jugend (Bereich 2), „Kommunismus“ und internationale Vorkommnisse im Vorfeld des Kalten Krieges (Bereich 3) und „Medien“ (fünfte Spalte). Umfragen, die nicht einem dieser vier Bereiche zugeordnet werden konnten sind in der letzten Spalte aufgeführt.

Es ist zu beachten, dass es zu den *Survey Reports* № 14, 114 und 183 jeweils zwei teilweise gänzlich voneinander abweichende Umfragen gab.

Report № 14 und № 14a unterscheiden sich im Thema und Datum der Umfrage. Die Studie zu Erstgenanntem wurde im Zeitraum vom 29.01.1946 bis zum 1.04.1946, zu Letzterem am 11. März 1946 durchgeführt. Die *Reports* № 114 und № 114a sowie № 183 und № 183-S unterscheiden sich jeweils in Ort und Datum der Durchführung, die beiden letzten darüber hinaus auch in der Themenstellung. Warum die drei *Survey Reports* mit Buchstabenerweiterung jeweils keine eigene Nummer erhielten, ist aus den vorliegenden Unterlagen nicht ersichtlich.

Insgesamt wurden 194 *Survey Reports* erstellt. Drei davon sind in obiger Tabelle jeweils sowohl einem der drei Bereiche als auch der Kategorie „Medien“ zugeordnet (№ 14a, 135 und 138), so dass sich in Abbildung 5 auf Seite 42 die Summe der Reports zu den einzelnen Schwerpunkten auf 197 addiert.

Abb. 10 Zuordnung der Reporte nach Schwerpunkten

Bericht No.	Einstellung zur US-Politik	Demokratisierung	Internationale Politik	Medien	weitere
1				X	
2		X			
3		X			
4	X				
5		X			
6					X
7		X			
8					X
9		X			
10		X			
11		X			
12		X			
13				X	
14	X				
14a		X		X	
15	X				
16		X			
17					X
18	X				
19		X			
20				X	
21				X	
22	X				
23				X	
24	X				
25					X
26		X			
27	X				
28					X
29	X				
30				X	
31	X				
32	X				
33		X			
34				X	
35					X
36					X
37				X	
38	X				
39				X	
40	X				
41	X				

Bericht No.	Einstellung zur US-Politik	Demokratisierung	Internationale Politik	Medien	weitere
42			X		
43				X	
44					X
45				X	
46		X			
47	X				
48		X			
49		X			
50	X				
51		X			
52	X				
53				X	
54		X			
55		X			
56		X			
57				X	
58				X	
59		X			
60		X			
61					X
62		X			
63		X			
64	X				
65		X			
66		X			
67					X
68		X			
69					X
70	X				
71					X
72		X			
73	X				
74	X				
75					X
76	X				
77				X	
78				X	
79	X				
80		X			
81	X				
82		X			
83				X	
84	X				

Bericht No.	Einstellung zur US-Politik	Demokratisierung	Internationale Politik	Medien	weitere
85	X				
86					X
87	X				
88		X			
89					X
90					X
91	X				
92		X			
93		X			
94	X				
95					X
96		X			
97					X
98		X			
99		X			
100		X			
101		X			
102	X				
103		X			
104	X				
105					X
106				X	
107	X				
108				X	
109					X
110					X
111					X
112		X			
113			X		
114		X			
114a		X			
115				X	
116				X	
117					X
118				X	
119				X	
120	X				
121					X
122		X			
123					X
124		X			
125				X	
126					X

Bericht No.	Einstellung zur US-Politik	Demokratisierung	Internationale Politik	Medien	weitere
127					X
128					X
129		X			
130			X		
131					X
132	X				
133					X
134			X		
135			X	X	
136	X				
137				X	
138			X	X	
139					X
140	X				
141			X		
142					X
143		X			
144			X		
145	X				
146		X			
147			X		
148				X	
149	X				
150			X		
151			X		
152	X				
153				X	
154				X	
155					X
156	X				
157					X
158					X
159		X			
160	X				
161	X				
162	X				
163		X			
164	X				
165					X
166					X
167					X
168					X
169					X

Bericht No.	Einstellung zur US-Politik	Demokratisierung	Internationale Politik	Medien	weitere
170	X				
171				X	
172				X	
173				X	
174			X		
175		X			
176	X				
177				X	
178					X
179					X
180					X
181				X	
182		X			
183	X				
183-S					X
184				X	
185			X		
186	X				
187			X		
188				X	
189	X				
190					X
191					X

Übersicht der bis 1979 gegründeten Marktforschungsinstitute

In der nachstehenden Liste sind die zwischen 1945 und 1979 gegründeten und 1986 noch bestehenden Marktforschungsinstitute aufgeführt. Wie bereits erwähnt ist allerdings zu beachten, dass in der Übersicht nicht alle Institute aufgeführt sein müssen. Zwischenzeitlich geschlossene Unternehmen oder solche, die sich nicht in das Handbuch der Marktforschungsunternehmen haben eintragen lassen, sind nicht aufgeführt. In der Folge kann die Anzahl der Neugründungen insgesamt und in den jeweiligen Phasen höher liegen.

Dem Aufbau der Arbeit entsprechend ist die Übersicht chronologisch geordnet.

Abb. 11 Übersicht der bis 1979 gegründeten Marktforschungsinstitute

Kurztitel	Gründung
Emnid	1945
GFM	1945
Infratest Forschung	1947
Infratest Kommunikationsforschung	1947
inma	1947
Institut für Demoskopie	1947
Ifo-Institut	1949
Institut für Marktpsychologie	1949
WICKERT INSTITUTE	1951
Battelle-Institut	1952
Schimmelpfeng-Marktforschungs-Institut	1952
A. C. Nielsen	1954
ASK	1955
Infratest Sozialforschung	1955
INTERMARKET	1955
GETAS	1956
Mafo-Institut	1956
Dr. Reuther-Institut	1956
Institut der Stiftung für empirische Sozialforschung	1957
IFAK	1958
CONTEST-CENSUS	1959
Diebold	1959
MARPLAN	1959
Dr. Michaela Rödling	1959
Dr. Seibold Marketingforschung	1959
IFUMA	1960
Infratest Wirtschaftsforschung	1960
IZP	1960

Kurztitel	Gründung
Dr. Reimund Müller & Partner	1960
Werbetest	1961
GAW	1962
Institut Schölzel	1962
IHRES	1962
Institut für industrielle Markt- und Werbeforschung	1963
IVE	1963
SAMPLE INSTITUT	1963
Compagnon	1964
Infratest Industria	1964
Kehrmann Marktforschung	1964
M + W Test	1964
OPPERMANN	1964
Wolfgang Schaefer-Marktforschung	1964
Roland Berger Forschungsinstitut	1965
IFAV	1965
Infratest Gesundheitsforschung	1965
ASW	1966
INQUEST	1966
Intensiv Marktforschung	1966
von dem Bussche-Daniels	1967
Ennemann	1967
PMS	1967
Studiengruppe Naether	1967
psyma	1968
Burke	1968
MEYER Marketing-Forschung	1968
MUMMERT & PARTNER	1968
BASISRESEARCH	1969
IMARC	1969
KEPPLER-Konsumforschung	1969
Media Markt Analysen	1969
MES-Marktforschung	1969
SCHWAB MARKETING	1969
IFEP	1970
IMW	1970
Institut Dellinger + Partner	1970
IJF	1970
IFM	1970
LAUKHUFF-Team	1970
LAVES CHEMIE	1970
PRISMA INSTITUT	1970
VEREX	1970
Ernest Dichter	1971
IMA	1971

Kurztitel	Gründung
Institut für Produktforschung und Information	1971
MTC	1971
ORGAMARKET	1971
Iris Penkwitt	1971
Dressler Bulacher	1972
G & I	1972
PMF	1972
Psydata GmbH	1972
SOCIADATA	1972
Dipl. Volksw. Peter Töpfer	1972
WBA	1972
Beratungsgruppe Uenk	1973
DATAPLAN	1973
KOHORTEN	1973
PRODUKT + MARKT	1973
AHS	1974
Alpha-Institut	1974
marmas	1974
ENIGMA	1974
Heller	1974
Info-Team	1974
Research Services	1974
B&A	1975
ELEATEN	1975
EXPLOTEAM	1975
Förderungsgesellschaft Marketing	1975
Forschungsgruppe Hagen	1975
GHR	1975
Institut für betriebliche Forschung und Praxis	1975
Institut für psycho. Marketing- u. Kommunikationsforsch.	1975
KONZEPTE	1975
Plan Test	1975
ff-Institut	1976
Marktforschung Koch & Partner	1976
HAGEN LUDWIG & Partner	1976
Marketing-Forschung-Untiedt	1976
D&C	1977
ECON-CONSULT	1977
ISM	1977
MD	1977
PARTNER-RESEARCH	1977
Dr. SALCHER TEAM	1977
AgaS	1978
Sinus	1978
Technomar	1978

Kurztitel	Gründung
creative analytic	1979
DATAQUEST	1979
FSI	1979
SOMA-Societät	1979
System Drei - Acumen Marketing	1979
TESTPANEL-MARKTFORSCHUNGSINSTITUT	1979

Tabellen zur Phaseneinteilung

Die drei nachfolgenden Abbildungen geben die in der vorgelegten Arbeit dargestellten Phasen wieder und orientieren sich an der Kapiteleinteilung und den darin dargestellten Zeiträumen. Eine Ausnahme bilden die Phasen I und II. Aufgrund der Zäsur durch die Machtübernahme der Nationalsozialisten wurde das Kapitel der deutschen Umfrageforschung bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs in zwei Phasen aufgeteilt. Das dritte Kapitel der Diplomarbeit über die Umfrageforschung in den USA wurde in den Tabellen nicht berücksichtigt, da sich diese ausschließlich auf die deutsche Umfrageforschung beziehen. Phase III entspricht in der Arbeit dem Kapitel über die amerikanische Umfrageforschung in Deutschland, jedoch nur bis 1949. Die im Auftrag der Hohen Kommission (*HICOG*) durchgeführten Umfragen bleiben hierbei unberücksichtigt. Phase IV betrachtet das fünfte Kapitel, also die Entstehung und Etablierung einer eigenständigen deutschen Umfrageforschung.

Bei der Übersicht zur Marktforschung wurde auf das Kriterium „Untersuchungsschwerpunkte“ verzichtet, da diese immer Produkte für die Absatzmärkte waren. Umfragen im Bereich Radio und Printmedien, wie sie in Kapitel 5 am Beispiel des *IfD* genannt wurden, wurden ebenfalls der Marktforschung zugeordnet. Für die Meinungsforschung wurde gleichfalls auf das Kriterium „Untersuchungsschwerpunkte“ verzichtet, da dies, aufgrund der zu Beginn getroffenen Definition, immer den Bereich der Wahlforschung betraf. Die in der Praxis von Markt- und Meinungsforschungsinstituten durchgeführten Umfragen, welche Meinungen zu anderen Themen als zur Wahlforschung erfragten, fallen somit durch das hier angewandte Raster und wurden nicht berücksichtigt.

Ist in der Tabelle zur empirischen Sozialforschung in der Spalte „Initiatoren“ „akademischer Bereich“ eingetragen, so meint dies, dass der Antrieb zur Forschung aus der Wissenschaft selbst und nicht von außen kam.

Abb. 12 Phaseneinteilung für die empirische Sozialforschung

Phase	Zeitraum	Untersuchungsschwerpunkt	Initiatoren
I a	bis zum Ende Ersten Weltkrieg	Arbeiter und Angestellte	Akademischer Bereich
I b	Anfang der zwanziger Jahre bis Ende der zwanziger Jahre	Arbeiter und Angestellte	Gewerkschaften
I c	Ende der zwanziger Jahre bis 1933	Arbeiter und Angestellte	Akademischer Bereich
II	1933 bis 1945 *	---	---
III	1945 bis 1949	Einstellung zur US-Besatzungspolitik, Demokratisierung, internationale Politik, Medien	OMGUS
IV a	1946 bis 1951	Integrationsprobleme der Vertriebenen, Neuordnung der Wirtschaft, Demokratisierung, Lebensideologie	Akademischer Bereich
IV b	1951 bis Anfang der sechziger Jahre	Keine besonderen Schwerpunkte	Keine Institution hatte eine herausgehobene Stellung
IV c	Anfang der sechziger Jahre bis Mitte der sechziger Jahre	Industriesoziologie	Akademischer Bereich
IV d	Mitte der sechziger Jahre bis Ende der siebziger Jahre	Industriesoziologie	Staatliche Stellen, Stiftungen

Quelle: Eigene Darstellung.

* Keine Eintragungen, da abgesehen von der „völkischen Soziologie“ praktische keine Soziologie und damit auch keine empirische Sozialforschung stattfand.

Abb. 13 Phaseneinteilung für die Marktforschung

Phase	Zeitraum	Initiatoren
I	bis 1933	----
II	1934 bis 1945	Wirtschaft *
III	1945 bis 1949	---
IV a	1946 bis Mitte der fünfziger Jahre	Wirtschaft, Medien
IV b	Mitte der fünfziger Jahre bis Ende der sechziger Jahre	Wirtschaft, Medien
IV c	ab Anfang der siebziger Jahre	Wirtschaft, Medien

Quelle: Eigene Darstellung.

* Der Bereich „Medien“ wurde im Dritten Reich vom Sicherheitsdienst, also einer staatlichen Stelle wahrgenommen.

Abb. 14 Phaseneinteilung für die Meinungsforschung

Phase	Zeitraum	Initiatoren
I	bis 1933	---
II	1933 bis 1945	---
III	1945 bis 1949	---
IV a	1950 bis 1957	Kanzleramt, Bundespresseamt, Parteien
IV b	1957 bis 1976	Regierungsstellen, Parteien und vereinzelt Medien
IV c	ab 1976	Medien und Regierungsstellen und Parteien

Quelle: Eigene Darstellung.

Erklärung

1. Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Thema:

Die Geschichte der Umfrageforschung von den 1930er bis in die 1970er Jahre

selbstständig verfasst und keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen benutzt habe. Die Stellen, die anderen Werken dem Wortlaut oder dem Sinne nach entnommen sind, habe ich in jedem einzelnen Falle durch Angaben der Quelle, auch der benutzten Sekundärliteratur, als Entlehnung kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

2. Diese Arbeit wird nach Abschluss des Prüfungsverfahrens der Universitätsbibliothek Konstanz übergeben und ist durch Einsicht und Ausleihe somit der Öffentlichkeit zugänglich. Als Urheber der anliegenden Arbeit stimme ich diesem Verfahren zu.

Konstanz, den 11.01.2006

(Unterschrift)