



Beiträge zur Geschichte des Parlamentarismus
und der politischen Parteien

*Herausgegeben von der
Kommission für Geschichte des Parlamentarismus
und der politischen Parteien*

Band 149

Anja Kruke

Demoskopie in der Bundesrepublik Deutschland

Meinungsforschung,
Parteien und Medien
1949–1990

Droste Verlag 2012



2. unveränderte Auflage 2012

Copyright © 2007 by
Kommission für Geschichte des Parlamentarismus
und der politischen Parteien e.V., Berlin

www.kgparl.de

Droste Verlag GmbH, Düsseldorf 2012

www.drosteverlag.de

ISBN 978-3-7700-5311-7

Vorwort

Das vorliegende Buch wurde 2004 als Dissertation an der Ruhr-Universität Bochum angenommen. Die Arbeit entstand im Rahmen des Projektes »Meinungsforschung in der Konkurrenzdemokratie: Der Aufstieg der Umfrageforschung und seine Auswirkungen auf die Parteien und den politischen Massenmarkt«, das aus Mitteln des Bennisgen-Foerder-Preises des Ministeriums für Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen 2000 bis 2002 am Institut für soziale Bewegungen gefördert wurde. Die vorliegende Arbeit konnte mit Unterstützung der Hamburger Stiftung zur Förderung von Wissenschaft und Kultur fertiggestellt werden.

Während der Arbeit erhielt ich viel Unterstützung, Ermunterung, Anregungen und hilfreiche Kritik. Insbesondere möchte ich mich bei den beiden Gutachtern der Arbeit, Prof. Dr. Klaus Tenfelde und Prof. Dr. Frank Bösch, bedanken. Außerdem danke ich Prof. Dr. Norbert Frei, der die Arbeit während ihrer gesamten Entstehungszeit begleitet hat. Ich durfte meine Gedanken und Thesen in vielen Kolloquien und Workshops in Trier, Göttingen, Hamburg, Freiburg, Tübingen, Frankfurt/Main und am Minda de Gunzburg Center for European Studies der Harvard Universität vorstellen und erhielt aus den Begegnungen viele wertvolle Hinweise, konstruktive Kritik und Ideen.

In vielen Gesprächen mit damaligen Akteuren konnte ich meine Vorstellungen von dem Wesen und Wirken der Umfrageforschung in Politik und Medien bereichern. Ich bedanke mich dafür bei Wolfgang Hartenstein, Gerhard Elschner, Harold Hurwitz, Volker Riegger, Horst Becker und Albrecht Müller sowie bei Wilhelm Hennis herzlich. In den Archiven erfuhr ich wertvolle Unterstützung durch die dortigen Mitarbeiter, bei denen ich mich stellvertretend bei Wolfgang Stärke vom Archiv der sozialen Demokratie und bei Konrad Kühne vom Archiv für Christlich-Demokratische Politik für ihre vielfältigen Hilfestellungen bedanke. Auch die Unterstützung durch Norbert Grube vom Archiv des Instituts für Demoskopie Allensbach, die Hilfestellungen verschiedener Mitarbeiter bei Infratest Sozialforschung sowie die freundliche Erlaubnis Wolfharts von Stackelberg, das Familienarchiv derer zu Stackelberg benutzen zu dürfen, seien genannt.

Die Entstehung der Arbeit ist nicht zuletzt auf die beständige Diskussion, Kritik und den Ansporn durch Benjamin Ziemann entstanden, der mich ohne Unterlass mit Fragen löcherte, die ich (noch) nicht beantworten konnte. Kruno Stojakovic danke ich herzlich, der schließlich von Beginn an die Arbeit praktisch begleitet hat. Daneben bin ich noch weiteren Personen dankbar, die Teile der Arbeit einer kritischen Lektüre unterzogen oder immer wieder mit mir verschiedene Aspekte diskutierten: Lou Bohlen, Christoph Conrad, Till Kössler, Thomas Mergel, Hannes Platz und vielen anderen.

Schließlich danke ich meinen Eltern für ihre Geduld und Unterstützung. Und meinem Freund und Partner Mocki Diller verdanke ich nicht nur mit Blick auf die Dissertation viel. Ihm gilt mein besonderer Dank.

Anja Kruke

Inhalt

Vorwort	5
Einleitung	
Demoskopie als Gegenstand historischer Forschung	11
Erstes Kapitel	
Die Demoskopie in Westdeutschland nach 1945: Entstehungsbedingungen und die Etablierung der »amerikanischen Wissenschaft«	31
1. Die Rolle der westlichen Alliierten: Demokratisierung durch Demoskopie	31
2. Anfang und Entwicklung der Meinungsforschung in der Bundesrepublik	43

Erster Teil

Verwissenschaftlichung der Parteien: Vom demoskopischen Experiment zur täglichen Praxis

Zweites Kapitel	
Pioniere der Meinungsforschung? Die Demoskopie der CDU	61
1. Die Meinungsforschung als Herrschaftstechnik im Regierungsapparat 1950–1966	61
a) Zwischen Geheimnis und Öffentlichkeit: Anfänge der Meinungsforschung	61
b) Die Entwicklung eines demoskopischen Beobachtungssystems	69
c) Akteurskonstellationen und ihre Rolle für die Demoskopie	79
2. Der Kampf um Kompetenzen: Die Etablierung der Meinungsforschung in der CDU 1952–1962	87
a) Lernvorgänge: Demoskopische Anfänge der Bundespartei	87
b) Eine symbiotische Arbeitsbeziehung: Die Bundesgeschäftsstelle und Ernid	96
c) Ausweitung der Demoskopie und der Beginn einer expliziten Verwissenschaftlichung	106
3. Von der Regierung zur Opposition: Auf dem Weg in die demoskopische Unabhängigkeit 1963–1970	113
a) »Grundlagenforschung«: Die Schaffung eigener Kompetenz 1963–1966	114
b) Innerparteiliche und andere Perspektiven: Die Ausweitung demoskopischer Beobachtung 1963–1966	119

c) Die Gründung des Wissenschaftlichen Instituts: Ein Versuch expliziter Verwissenschaftlichung 1967–1970	127
4. Auf doppeltem Gleis: Die CDU zwischen dem Institut für Demoskopie und dem Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstitut 1971–1990	140
a) Wissenschaft und Beratung des Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituts 1970–1973	141
b) Demoskopie für die CDU: Zwischen wissenschaftlichen Ansprüchen und kommerzieller Herausforderung 1973–1976	149
c) Die Pluralisierung demoskopischer Beobachtung in der CDU 1977–1989	162

Drittes Kapitel

Wissenschaft als Planungsprinzip: Demoskopie und die SPD	168
1. Von der ›Protowissenschaft‹ zur Meinungsforschung 1949–1957	168
a) Wissenschaftliche Neigungen: Die SPD als ›protowissenschaftliche‹ Partei 1948–1954	170
b) Umorientierung; Überlegungen zur Quantifizierung von Politik 1954–1956	176
c) Der Durchbruch: Die demoskopische Vorbereitung des Wahlkampfes 1957	188
2. Infas: Die Gründung der eigenen Meinungsforschung 1957–1962	198
a) Die Agenda der Demoskopien: Durchsetzungsstrategien und Argumentationen	199
b) Die Integration der Meinungsforschung in die politische Praxis der SPD 1959–1962	209
c) Wechselwirkungen der demoskopischen Beratung: Westernisierung als Professionalisierung?	221
3. Ausweitung und Differenzierung demoskopischer Beratung 1962–1968	227
a) Arbeits- und Abgrenzungsstrategien: Wissenschaft und demoskopische Publizität bei Infas	227
b) Verwissenschaftlichung durch empirische Sozialforschung: Das Prinzip der regionalen Differenzierung 1962–1965	238
c) Die SPD im Übergang zu einer neuen demoskopischen Ära 1966–1968	248
4. Demoskopie als Planungsinstrument? Arbeitsfunktion und Fortentwicklung der Demoskopie im Bundespresseamt 1966–1977	252
5. Deutungskampf zwischen Sozialstruktur und Lebensstil: Auswirkungen demoskopischer Beobachtung konkurrierender Institute 1968–1990	272
a) Verwissenschaftlichung, Akademisierung, Professionalisierung: Demoskopische Arbeitsorganisation in der SPD 1968–1990	272
b) Die SPD, Infratest und die Medien: Zur Veränderung der Kommunikationsmodelle nach 1968	279

- c) Die Ausweitung der demoskopischen Kampfzone:
Infas versus Infratest 1968–1980 290
- d) Die Entdeckung demoskopischer Milieus: Infratest und
die politische Praxis der SPD 1970–1990 299
- e) Resümee: Meinungsforschung und SPD 310

Zwischenfazit

- Die Demoskopie – Vom Indikator zum Faktor des parteipolitischen Betriebs 312

Zweiter Teil

Repräsentation und Öffentlichkeit: Der demoskopische Diskurs in Parteien und Medien

Viertes Kapitel

- Deutungsangebote der Meinungsforschung und deren Verarbeitung
im politischen Prozeß 321
1. Einführung 321
 2. Demoskopische Zergliederung des politischen Körpers 324
 - a) Das Elektorat unter demoskopischer Beobachtung:
Wählermarkt und Wechselwähler 324
 - b) Beobachtungen einzelner Zielgruppen 344
 - Von der Arbeiterschaft zur neuen Mittelschicht 344
 - Die Zielgruppe Frauen als unpolitische ›Restgröße‹ 362
 - c) Themenparks und Begriffskarrieren – Medien und Sprache:
Die Entstehung der Beweglichkeit von Parteien 374
 - d) Parteien und Politiker: Imagekonstruktionen und Veränderungen
von Repräsentation 391
 - Das Erscheinungsbild der Parteien: Die Volkspartei 392
 - Die politischen Akteure im Visier der Demoskopie 405
 - e) Der Blick nach innen? ›Der Sonderfall Mitglieder‹ 416
 3. Veränderte Vorstellungen vom politischen Prozeß:
Zur Konzeptualisierung von Politik 429

Fünftes Kapitel

- Der Kampf um die ›öffentliche Meinung‹:
Meinungsforschung in den Medien 437
1. Anfangskonstellationen medialer Präsenz der Demoskopie 1949–1956 438
 2. Popularisierung wider Willen: Die Kritik an der Meinungsforschung
1956–1966 450
 - a) Die erste Welle der Kritik 1956–1961 450
 - b) Wechselwirkungen von Kritik und Berichterstattung 1961–1966 459

3. Die mediale Verselbständigung der demoskopischen Repräsentation 1966–1977	475
a) Die Entfaltung einer neuen Dynamik medialer Verarbeitung 1966–1972	475
b) Von der ideologischen Polarisierung zur Souveränität 1973–1977 . . .	490
4. Die politische Umfrageforschung wird medialisiert 1978–1990	495

Fazit

Von der Verwissenschaftlichung der Politik zu ihrer demoskopischen Medialisierung	507
------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Verzeichnisse

1. Abkürzungen	517
2. Tabellen und Schaubilder	519
3. Bildnachweis	519

<u>Quellen und Literatur</u>	520
----------------------------------------	-----

Register

1. Personenregister	555
2. Sachregister	558

Demoskopie als Gegenstand historischer Forschung

Meinungsforschung ist aus dem politischen Raum nicht mehr wegzudenken. Insbesondere vor Wahlen wird sie zu einem unentbehrlichen Meßinstrument politischer Stimmungen. Graphiken gerinnen zur politischen Realität, wenn sie die Popularitätspunkte politischer Akteure, ihrer Kompetenzen und der Wählerpräferenzen abbilden. Dabei oszilliert die Umfrageforschung zwischen einem informativen Hintergrundrauschen des politischen Geschehens und einem Differenzierungsmechanismus, der Akteure wie Publikum informiert und ihre Handlungen und Entscheidungen anleitet. In der vorliegenden Untersuchung wird den Fragen nachgegangen, wie die Demoskopie nach der Gründung der Bundesrepublik diese Position als Darstellerin der öffentlichen Meinung für die bundesrepublikanischen Parteien und Medien erlangte und welche Auswirkungen diese Entwicklung auf die Politik und insbesondere auf die politische Kommunikation bis zur Wiedervereinigung hatte.

Den Ausgangspunkt der Untersuchung bildet die Beobachtung, daß Meinungsforschung seit dem Beginn ihrer Existenz umstritten war. Die Vermutung einer Beeinflussung des politischen Handelns entweder der politischen Akteure oder der Wähler war und ist immer wieder Anlaß zu Kritik an der Demoskopie, die sich selbst in ein aufklärerisches Licht im Dienst von Demokratie und Wissenschaft rückt.¹ Die Argumente der Befürworter der Demoskopie besitzen einen spezifisch aufklärerischen Charakter. Demnach ermöglichte die Demoskopie eine bessere Demokratie durch ihre Erkenntnisse und erziele darüber eine ›good governance‹, indem die Wünsche und Bedürfnisse der Bevölkerung artikuliert würden.² Die Gegenseite behauptet demgegenüber wahlweise, Demoskopie sei lediglich ein modernes Orakel, dem sich Politiker unterwerfen würden, oder sie stelle sich als geheimes Herrschaftsinstrument in den Dienst der politischen Parteien beziehungsweise der Regierung, um mit den Daten die Wähler zu manipulieren, in jedem Fall unterlaufe sie damit die parlamentarisch-repräsentative Demokratie.³ Im zyklisch wiederkehrenden Verlauf der Debatte um Sinn und Unsinn der Demoskopie richtete sich diese Kritik auf die Medien, die vorliegende Befunde zunehmend verbreiteten und eigenständiger beurteilten. Daran schloß sich die bis heute andauernde Diskussion um die Beeinflussung der Wähler durch die Daten der Meinungsforschung sowie die Forderung nach

¹ Auch vor der Bundestagswahl 2002 war diese Diskussion zu beobachten: Vgl. A. GALLUS, Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfes, 2002.

² Vgl. u.a. M. KAASE, Wahlforschung und Demokratie, 1999; R. FRÖHNER, Meinungsforschung und Entdemokratisierung, 1958.

³ Vgl. u.a. W. HENNIS, Meinungsforschung und repräsentative Demokratie, 1957; E. TRAUGOTT, Die Herrschaft der Meinung, 1970.

einem Veröffentlichungsverbot an.⁴ Vor diesem Hintergrund läßt sich die Aufgabe der Untersuchung konkret formulieren: Wie verankerte sich die Meinungsforschung in den Parteien und wie wirkte sich dies insgesamt auf die Politik aus?

Um diese Fragen zu beantworten, werden die beiden großen Volksparteien, die Christlich-Demokratische Union und die Sozialdemokratische Partei Deutschlands, untersucht. Da die demoskopische Praxis sich nicht auf Parteien beschränken läßt, werden ebenfalls die Bundesregierung in Form des Bundespresse- und Informationsamtes sowie die Medien als Ort der öffentlichen Präsentation der Meinungsforschung und Umwelt der Parteien miteinbezogen. Um die Fragen nach den Existenzbedingungen, der Etablierung in Parteien und Medien sowie den Auswirkungen zu beantworten, wird die Demoskopie gemäß ihren Funktionen und praktischen Anwendungen im politischen Geschäft durchleuchtet.

Die Arbeit läßt sich in einem Dreieck verschiedener historiographischer Tendenzen und methodischer Ausrichtungen verorten. So wird zuvörderst auf eine andere Konzeptualisierung bundesrepublikanischer Geschichte jenseits der auf Ereignisabfolgen ausgerichteten Erzählweise gezielt, um einen Beitrag zur konzeptionellen Weiterentwicklung der Zeitgeschichte zu leisten.⁵ Mit einer erweiterten Politik- und Parteiengeschichtsschreibung soll der herkömmliche Rahmen der Politikgeschichte verlassen werden, indem nach der Steuerungsfähigkeit und Problembearbeitungskapazität von Parteien in demokratischen Systemen gesucht wird: Das ›Wie‹ der Beobachtung rangiert vor dem ›Was‹ der Beobachtung. Damit verbindet sich ein anderes Konzept von Politik. Lange Zeit wurden die Fragen der kommunikativen Bedingungen sowie die entsprechende Praxis der Politik nicht als integraler Bestandteil anerkannt, sondern ihre Konzeptualisierung auf institutionelles Entscheidungshandeln reduziert. Ebenso wurden Fragen nach der konstitutiven Rolle der Wissenschaft beziehungsweise der Meinungsforschung für politisches Handeln lange vernachlässigt.⁶ Statt dessen stand in der Politikwissenschaft und Politikgeschichte lange die kategoriale Scheidung zwischen Darstellungs- und Handlungspolitik im Vordergrund. Sie geht zurück auf die Vorstellungen rationaler Politik als Entscheidungshandeln in einer modernen Gesellschaft, so daß Vermittlungsaspekte lediglich als ein notwendiges Übel bezeichnet oder angenommen wurde, daß symbolische Politik die ›eigentliche‹ Politik sogar verdecke. So konnte Politik nach der Unterscheidung Handeln/Darstellen hierarchisiert und Letzteres als weniger wichtig eingeschätzt werden.⁷ Diese Vorstellung ist in den letzten zehn Jahren zunehmend in

⁴ So fand am 17. 9. 2003 eine Podiumsdiskussion statt, die von der *SZ* veranstaltet wurde: »Wenn am nächsten Sonntag Wahlen wären ... Welchen Einfluß hat die Meinungsforschung auf die politische Willensbildung?«, vgl. die Bewerbung der Veranstaltung in der *SZ* u. a. am 13./14. 9. 2003, S. 6.

⁵ In den letzten Jahren hat sich diese Debatte verstärkt. Erste konzeptionelle und theoretische Weiterungen sind erkennbar. Vgl. u. a. G. HOCKERTS/E. MÜLLER-LUCKNER (Hrsg.), Koordinaten, 2004.

⁶ Vgl. W. BLEEK, Geschichte der Politikwissenschaft, 2001, insbes. S. 379, 393–400.

⁷ Vgl. grundlegend M. EDELMANN, Politik als Ritual, 1990; U. SARCINELLI, Symbolische Politik, 1987.

die Kritik geraten. Unter dem Eindruck der Veränderungen in der politischen Kommunikation und dem Auftrieb kulturwissenschaftlicher Erklärungsansätze wurden historisierende Sichtweisen auf die Annahme, Politik sei auf Entscheidungen und rational geleitete Inhalte reduziert, entwickelt, nachdem ein sozialgeschichtlicher Anlauf zur Veränderung politikhistorischer Ansätze in den siebziger Jahren zunächst im Sande verlaufen war.⁸ Anthropologische wie kommunikations- oder medienwissenschaftliche Ansätze haben nun der Politikwissenschaft Wege aufgezeigt, die Hierarchie von Entscheidung und Darstellung aufzulösen und dadurch neue Einsichten in Politik zu gewinnen. Damit wird Politik in ihrer Aufgabe, kollektiv bindende Entscheidungen zu ermöglichen, weit gefaßt und richtet sich eher an einer politischen Kulturgeschichte als an einer politikwissenschaftlich inspirierten Geschichte der politischen Kultur aus.⁹ In dieser Arbeit werden diese Ansätze aufgenommen, indem eine politische Entscheidung als »kommunikatives Ereignis«, als soziales, immer kommunikatives und medial organisiertes Handeln begriffen wird.¹⁰ Das bedeutet auch, daß Politik nicht durch die Entscheidungen politischer Akteure bestimmt wird, sondern Entscheidungen an Kommunikation und Kontingenz gebunden sind. Die damit einhergehende Verschiebung der Beobachtungsperspektive ermöglicht es, nach den inneren tektonischen Verschiebungen der Politik in einer modernen Massendemokratie zu fragen, statt auf der Ebene institutionellen Handelns stehen zu bleiben oder vielleicht Verschiebungen in den Spielregeln des Politischen aufgrund fehlender heuristischer Instrumentarien zu versäumen.

Die Parteien werden im Rahmen eines organisationssoziologischen Modells betrachtet, das die Organisation notwendig als in einer ständigen Spannung zwischen Rückbindung an die Mitglieder und Verselbständigung befindlich definiert und damit den Giddens'schen Strukturationsansatz auf Parteien überträgt. Auf diese Weise lassen sich Prozesse der organisatorischen Differenzierung als systemische Lerneffekte, als Anpassungsleistung an die sich wandelnde Gesellschaft und ihre kommunikativen Bedingungen der Parteien begreifen.¹¹

Dieser Perspektivenwechsel auf die kommunikativen Praxen und Strukturen bedeutet, dem Politischen selber als historischem Phänomen auf die Spur zu kommen. Dazu bietet das Konzept der »Verwissenschaftlichung des Sozialen« einen Ansatz. Dieses Konzept dient der Analyse langfristiger und sozialhistorisch zu bestimmender Entwicklungen gesellschaftlicher Sinnkonstruktionen. Die Konstruktionen entwickelten sich entlang der Säkularisierung des 19. und 20. Jahrhunderts mit wissenschaftlichen Legitimationsstrategien, indem sie die sozialen Zusammenhänge einer

⁸ Vgl. U. FREVERT, *Neue Politikgeschichte*, 2002; T. MERGEL, *Kulturgeschichte der Politik*, 2002; A. LANDWEHR, *Diskurs – Macht – Wissen*, 2003; A. DÖRNER, *Politainment*, 2001; ders., *Politische Kultur*, 2000.

⁹ Für die Implikationen dieses Gegensatzes vgl. A. LANDWEHR, *Diskurs – Macht – Wissen*, 2003.
¹⁰ W. STEINMETZ, *Das Sagbare und das Machbare*, 1993, S. 26; als entsprechendes Beispiel vgl. W. STEINMETZ, »Sprechen ist eine Tat bei euch.«, 1998.

¹¹ Vgl. T. WELSKOPP, *Dualität von Struktur und Handeln*, 2001; U. SCHIMANK, *Organisationen*, 2003; Sonderheft *Sozialer Sinn* 3/2002; U. HOLTGREWE, *Strukturierung*, 2000.

Gesellschaft neu definierten und dadurch deren Wissensproduktion wie Organisation bestimmen konnten.¹² Wissenschaftlich erzeugte Erkenntnis wurde im Laufe des 20. Jahrhunderts durch seine Popularisierung und vielfältige gesellschaftliche Diffusion zu einem selbstverständlichen Element für die Beschreibung von Gesellschaft wie zu der Lösung ihrer (wiederum wissenschaftlich definierten) Probleme zu Hilfe genommen. Es floß in das Alltagswissen ein und veränderte durch die Entstehung interner Bezüge und Rückkopplungen den Gegenstand von Beobachtung und Bearbeitung: So wie die monarchischen Staaten sich durch Unterstützung statistischer Beschreibungen in eine kohärente Nation verwandelten, wandelte sich die Bevölkerung zu einer Gesellschaft.¹³ In diesem Sinne meint eine »Verwissenschaftlichung des Sozialen« mehr als die Durchdringung verschiedener Sozialwelten mit wissenschaftlichem Expertenwissen; das damit in Verbindung stehende Schlagwort der Wissensgesellschaft ist inzwischen sogar zu einem Konzept der Analyse des 20. Jahrhunderts angewachsen.¹⁴ Die Wissenschaften trugen zu einer neuen Gestaltung gesellschaftlicher Realität bei, formulierten anhand der Produktion wissenschaftlichen Wissens gesellschaftliche Probleme und boten gleichzeitig Problemlösungen an.

Die Generierung politischer Probleme sowie deren Lösungsstrategien ist ohne den Aufstieg der angewandten Sozialforschung, zu der auch die Meinungsforschung zu zählen ist, nahezu undenkbar geworden.¹⁵ Das in den fünfziger Jahren zum dominanten Beschreibungsmodell der Gesellschaft aufgestiegene wissenschaftliche Deutungsmuster ging mit der Ausbreitung sozialwissenschaftlicher Tätigkeit, Etablierung entsprechender expliziter oder impliziter Ordnungsvorstellungen sowie Klassifizierungsleistungen einher, die auch die Basis der demoskopischen Arbeit und ihrer Anwendungen bestimmten.¹⁶ Daher spielt diese Facette der »Verwissenschaftlichung des Sozialen« in der Kategorienbildung, in der tatsächlichen Beratungsarbeit sowie in der Errichtung von Denkgebäuden und damit in ihrer Auswirkung auf die »Denkstile« (Ludwik Fleck) politischer Akteure eine wichtige Rolle als theoretisches Konzept in der Untersuchung der Meinungsforschung.¹⁷

Außerdem kommen so die demoskopischen Unterscheidungen und Kategorien in den Blick, die die Ausrichtung von Politik nach sozialwissenschaftlich-demoskopischen Ordnungsvorstellungen und Klassifikationen beziehungsweise Kategorien bestimmen. Im langwierigen Prozeß von der Beauftragung, der Erstellung des Fragebogens, der Durchführung der Umfrage, der Auswertung der Daten bis hin zu

¹² Vgl. L. RAPHAEL, *Die Verwissenschaftlichung des Sozialen*, 1996.

¹³ Vgl. für die Rolle der Wissenschaft für die gesellschaftliche Selbstbeschreibung P. NOLTE, *Die Ordnung der deutschen Gesellschaft*, 2000; A. LANDWEHR, *Das Sichtbare sichtbar machen*, 2002.

¹⁴ Vgl. M. SZÖLLÖSI-JANZE, *Wissensgesellschaft in Deutschland*, 2004; P. WEINGART, *Stunde der Wahrheit?*, 2001.

¹⁵ Für einen detaillierten Überblick über die Entwicklung der empirischen Sozialforschung als gesellschaftliches Projekt vgl. C. WEISCHER, *Unternehmen »Empirische Sozialforschung«*, 2004.

¹⁶ Vgl. P. NOLTE, *Die Ordnung der deutschen Gesellschaft*, 2000.

¹⁷ Vgl. als Beispieluntersuchung L. RAPHAEL, *Experten im Sozialstaat*, 1998.

deren Interpretation und Anwendung zieht sich die Übersetzung gesellschaftlicher Situationen in eine mathematische Erzählung hin. Gleichzeitig verändert sich das Bild der Realität dadurch, daß der Maßstab der Meinungsumfrage, das Sample, mit Hilfe der demoskopischen Praxis das Verhältnis der Grundgesamtheit der Befragten, der Bevölkerung, zur Politik verschiebt. In diesem Prozeß werden die herkömmlichen Kategorien der Politik in Mitleidenschaft gezogen, da Meinungen weder nach der Güte des Arguments noch der Person abgewogen werden.

Das schiere Zählen der Meinungen verschaffte der ›öffentlichen Meinung‹ eine neue Bedeutungsdimension, die neben die ›alte‹ Vorstellung der öffentlichen Meinung als Äußerungen abgewogener Urteile in der Öffentlichkeit trat und zur Konkurrenz wurde: Der Einfachheit halber wird diese Unterscheidung hier ebenfalls benutzt, wenn es um die Abgrenzungen der verschiedenen Vorstellungen von öffentlicher Meinung in der Öffentlichkeit geht. Geht man davon aus, daß Politik als kommunikatives Raster existiert und daher in der Öffentlichkeit sichtbar sein muß, ist zu vermuten, daß sich in der Folge auch die Bedeutung der ›Öffentlichkeit‹ als Produktionsort der öffentlichen Meinung mit dem Auftritt der Demoskopie veränderte. Damit kommt die historische Analyse der Entwicklung und Bedeutung der Meinungsforschung für die Politik nach den Maßgaben des Verwissenschaftlichungstheorems nicht ohne eine konstruktivistische Neubestimmung der politischen Kernbegriffe ›Repräsentation‹ und ›Öffentlichkeit‹ aus. Der erste Begriff, von der klassischen Vorstellung ausgehend¹⁸, rekurriert grundsätzlich auf die Beziehung zwischen Politik und Wähler, der durch die Zwischenschaltung der Demoskopie als Maßstab der Wählermeinung zwischen den Wahlen die Beziehung verändert. Demgegenüber erscheint letzterer mit seiner älteren Definition nach dem erneut in Mode gekommenen Konzept von Jürgen Habermas (wenn auch in relativierter Form) als ›Ort vernünftiger Argumentation mit sozialem Substrat‹ als historische Fiktion.¹⁹ Hier wird daher auf Öffentlichkeit, definiert als Umwelt der Politik, als einer der Mitwirkung von Akteuren sowie einer technologischen beziehungsweise medialen Umsetzung bedürfenden Konstruktion Bezug genommen. Öffentlichkeit wird also immer von der Partizipation, die über prinzipielle Zugänglichkeit gewährleistet sein muß, als auch der Technik bestimmt, mit deren Hilfe Öffentlichkeit überhaupt massenmedial hergestellt wird.²⁰

Mit dieser Definition von Öffentlichkeit verbinden sich weitergehende konzeptuelle Implikationen in Bezug auf die vorgenommene demoskopische Beobachtung. Meinungsforschung fungiert als ein Instrument, das im Auftrage der Politik und der Medien (sowie anderer Auftraggeber) die Öffentlichkeit beobachtet. Allein aufgrund der Größe der Gesellschaft ist es nicht möglich, sich beständig gegenseitig direkt (wie auf einem Marktplatz) zu beobachten, so daß sich nur indirekt auf die

¹⁸ Vgl. H. F. PITKIN, *Concept of Representation*, 1967.

¹⁹ Vgl. dazu H. MAH, *Phantasies of the Public Sphere*, 2000.

²⁰ Vgl. R. STICHWEH, *Entstehung einer Weltöffentlichkeit*, 2002; J. GERHARDS, *Konzeptionen von Öffentlichkeit*, 1998; G. ELEY, *Nations, Publics and Political Cultures*, 1992.

Meinung der Akteure in ihrer Gesamtheit schließen läßt. Nachdem Medien diese Beobachtungsaufgabe übernommen hatten, trat Meinungsforschung im 20. Jahrhundert mit dem Anspruch in Erscheinung, die Beobachtung zu präzisieren. Allerdings handelt es sich auch bei diesem Vorgang um eine abgeleitete Form der Beobachtung, da eine direkte Beobachtung der Akteure in der Öffentlichkeit auch so nicht möglich ist. Daher werden die Reaktionen als Beobachtungen gewertet und ihrerseits durch die Demoskopien beobachtet. Diese Beobachtungsform wird aufgrund ihres Ableitungscharakters mit Luhmann als Beobachtung zweiter Ordnung bezeichnet.²¹

Der Wandel in der Definition der öffentlichen Meinung als mittelbar zu beobachtende Meinung, die durch eine repräsentative Umfrage anhand der Wahrscheinlichkeitstheorie und mit dem Geheimrezept der ›Gewichtung‹ von Daten durch Umfrageinstitute hochgerechnet werden, generiert in seiner medialen Präsenz neues gesellschaftliches Wissen oder anders: eine andere Wahrheit über die Gesellschaft.²² So wird nicht nur danach gefragt, »Wenn am nächsten Sonntag Wahlen wären, wen würden sie wählen?« sondern auch: »Was glauben sie, wer gewinnen wird?« beziehungsweise »Wem räumen sie die größten Chancen ein, zu gewinnen?« Auf diese Weise wird, vergleichbar zu einem Aktienmarkt, die Beobachtung der Meinung mit Fragen zukünftiger Performanzen beziehungsweise deren Erwartungen verbunden und zur Grundlage weiteren Handelns gemacht. Die Wissensproduktion der Umfrageforschung unterscheidet sich so deutlich von anderen Formen der Generierung von Wissen, da sie sich auf Beobachtungen, die auf Grundlage selbst produzierter Kategorien und Unterscheidungen beruhen, stützt und sich dieser Beschreibungsformen annimmt. Diese Formen werden wiederum zur Kommunikation und weiteren Beobachtung genutzt, so daß sich, von dort ausgehend, vielfache Ableitungen herstellen lassen. Die Historisierung politischer Begrifflichkeiten und die Analyse der demoskopischen Kategorien zur Beschreibung von Wirklichkeit dienen letztlich dazu, diese Verschiebungen in den Vorstellungen und Konzeptualisierungen von Politik, die mittels der Demoskopie vollzogen werden, zu untersuchen.

Die Bedeutung der Medien für diese Veränderungen darf dabei nicht unterschätzt werden. In dem Zusammenspiel aus Nutzung der Meinungsforschung durch die Parteien und Verbreitung von Umfrageergebnissen in den Medien lassen sich strukturelle Verschiebungen im Verhältnis zwischen Medien und Politik feststellen, so daß der Aufstieg der Meinungsforschung seit den fünfziger Jahren von der in der Bundesrepublik sich langsam vollziehenden Medialisierung kaum zu trennen ist. Mit Medialisierung wird häufig eine Beschleunigung des politischen Geschäfts bis hin zur Echtzeitpräsentation und eine zunehmende Kurzatmigkeit verbunden. Ihr wird eine den Lösungen politischer Probleme nicht zuträgliche Kurzfristigkeit in politischen Entscheidungen und Handlungen nachgesagt, die durch die technologi-

²¹ Vgl. N. LUHMANN, *Gesellschaftsstruktur und Semantik*, 1980; ders., *Politik der Gesellschaft*, 2000.

²² Vgl. P. SARASIN, *Diskurstheorie und Geschichtswissenschaft*, 2001.

sche sowie rechtlich-ökonomische Entwicklung der Medien angetrieben und vom Neuigkeitswert bestimmt wird. Darunter wird in der Regel verstanden, daß die potentiell Zustimmung erzeugenden Medien die Politik unterwerfen und ihren Handlungsspielraum einschränken.²³ So werde letztlich die »Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft« betrieben.²⁴ Demnach verkomme die repräsentative Demokratie zu einer Medien- beziehungsweise Stimmungsdemokratie²⁵ und die Politik werde zu einem »Wanderzirkus«.²⁶ Daneben steht die These, daß die Politik sich den Medien auch andiene und den Spielraum freiwillig aufgabe, mithin den Wandel des Politischen als ›Theater‹ selber betreibe.²⁷ Beiden Thesen ist die Schlußfolgerung gemein, daß Politik sinnentleert wird, da sie sich an den immer nur für den Moment gültigen Meinungsforschungsergebnissen orientiere und sie zu ihrer Richtschnur werden lasse, also klassische Vorstellungen von Abläufen der Entscheidungsfindung (regelwidrig) verlasse.²⁸ Offen bleibt bei den Vorwürfen jedoch, was unter Medialisierung eigentlich zu verstehen sei, zumal die Grundannahmen darüber, was denn eine richtige politische Verhaltensweise sei, häufig nur implizit erscheinen und auf das hergebrachte Modell der repräsentativen Demokratie mit dem Anspruch verweisen, Wählermeinungen seien zwischen den Wahlen zu ignorieren. Betrachtet man Politik jedoch als kommunikative Aufgabe, stellt sich Medialisierung als ein Vorgang dar, der von beiden Seiten betrieben wird und zum Zwecke der Kommunikationsfähigkeit der Politik betrieben werden muss.²⁹ Für »die Politik« kann Medialisierung dann als notwendige Anpassungsleistung an eine sich ausdifferenzierende Gesellschaft beziehungsweise Öffentlichkeit gelten, in der Politik eine andere temporale Struktur verliehen wird, die aus Antizipationsleistungen in Form der Meinungsforschung besteht, um unter den Bedingungen einer modernen Massendemokratie den Bedürfnissen und Ansprüchen von Steuerung und Regulierung weiterhin zu genügen. In diesem Sinne ist Meinungsforschung ein Teil der medialen Verarbeitung von Politik, in der demoskopische Daten für alle zu einer sichtbaren Beschreibung politischer Situationen und zur Handlungsgrundlage aller Akteure werden können. Die Demoskopie bietet somit einen Schlüssel für das Verständnis des sich wandelnden Verhältnisses zwischen Medien und Politik.

²³ Vgl. als kleine Auswahl O. JARREN/H. SCHATZ u. a. (Hrsg.), *Medien und politischer Prozeß*, 1996; U. GÖTTLICH/J.-U. NIELAND, *Neue Formen der Politikvermittlung*, 1999.

²⁴ So lautet der Titel eines Buches von H. M. KEPPLINGER, 1998.

²⁵ U. SARCINELLI, *Parteien und Politikvermittlung*, 1998; P. RADUNSKI, *Wähler in der Stimmungsdemokratie*, 1985; P. KEVENHÖRSTER, »In der Theaterwelt des politischen Entertainment. Die Parteiendemokratie darf nicht zur Stimmungsdemokratie verkommen«, *FAZ* vom 8. 9. 1999; A. MÜLLER, *Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie*, 1999; T. MEYER, *Mediokratie*, 2001.

²⁶ J. FALTER, *Politik im medialen Wanderzirkus*, 2002.

²⁷ Vorwürfe an die politischen Akteure richten H. OBERREUTER, *Medien und Demokratie*, 1996; H. M. KEPPLINGER, *Kunst der Skandalisierung*, 2001.

²⁸ Vgl. u. a. R. DAHRENDORF, »Traurige Parlamente«, *FAZ* vom 8. 9. 1999.

²⁹ Für eine Begriffsklärung vgl. auch K. HICKETHIER, *Medialisierung*, 2000. Als eher wechselseitigen Prozeß beschreiben es T. MEYER/R. ONTRUP/C. SCHICHA, *Inszenierung des Politischen*, 2000.

In internationaler Perspektive ist die Geschichte der Meinungsforschung inzwischen relativ gut erforscht.³⁰ Dies gilt insbesondere für die USA als dem Ursprungsland der Demoskopie.³¹ In den Untersuchungen werden hauptsächlich nationale Entwicklungen, inzwischen auch die Nutzung der Demoskopie einzelner Parteien oder Institute nachgezeichnet.³² Daneben sind auch theoretisch informierte, als langfristige Studien angelegte Untersuchungen zu finden. Diese Analysen sind in dem Maße von Interesse, wie die auf einen repräsentativen Bevölkerungsausschnitt orientierte Untersuchungsmethode der Demoskopie zur Vorstellungsbildung einer Nation beitrug und sie formte.³³ In deutscher Perspektive finden sich, abgesehen von kürzeren Darstellungen, keine historischen Untersuchungen.³⁴ Nur einige Demoskopen haben bislang die Historisierung ihrer Tätigkeit betrieben, häufig jedoch in partikularer Darstellung und mit dem Ziel der eigenen, autobiographisch gefärbten Traditionsbildung.³⁵ Daneben finden sich zunehmend historische Untersuchungen, die die Daten der Meinungsforschung als historische Quelle nutzen.³⁶ Allerdings sind quellenkritische Darstellungen, wie die historische Entwicklung eines Politikfeldes, oder Untersuchungen der Umfragen in ihren Konstitutions- und Entwicklungsbedingungen Mangelware.³⁷

Die Politikgeschichte ist an Fragen der Verwissenschaftlichung und der Politikberatung bislang kaum interessiert gewesen; das gilt auch für alle ihre spezifischen wissenschaftlichen Subdisziplinen. Lediglich die Geschichte der Politikberatung erlebt seit einigen Jahren einen Aufschwung. In der Policy-Forschung wurden in den letzten Jahren im Rahmen einer einsetzenden Historisierung einzelne Politikbereiche spezifisch auf die Frage der Rolle der Politikberatung untersucht, wenn auch

³⁰ Vgl. als Auswahl L. BLONDIAUX, *La fabrique de l'opinion*, 1998 (Frankreich); D. J. ROBINSON, *Measure of Democracy*, 1999 (Kanada); J. v. GINNEKEN, *Uitvinding van het publiek*, 1993 (Niederlande); für GB bietet immer noch die beste Übersicht F. TEER/J. D. SPENCE, *Political Opinion Polls*, 1973; M. HENN, *Opinion Polling*, 1998 (Osteuropa); mehr oder weniger historisch ausgerichtete Beiträge enthält der internationale Sammelband von R. M. WORCESTER (Hrsg.), *Political opinion polling*, 1983 (v.a. Irland, Italien, Niederlande, Spanien); einen ersten Einblick in die italienische Demoskopiegeschichte bietet daneben N. PAGNONCELLI, *Opinioni in percentuale*, 2001.

³¹ Vgl. u.a. S. HERBST, *Numbered voices*, 1993; dies., *Disappearance of groups*, 1995; F. KELLER, *Archäologie der Meinungsforschung*, 2001; mehr dazu in Kap. 1.1.

³² Vgl. A. TAYLOR, *The Record of the 1950s*, 2003; L. R. JACOBS/R. Y. SHAPIRO, *Presidential Manipulation*, 1995; als Kommunikationsgeschichte versteht sich die bislang einzige Darstellung einer Institutsgeschichte von K. BACHERER, *Infratest*, 1987.

³³ Vgl. hier insbes. L. LIPARI, *Polling as Ritual*, 1999.

³⁴ Vgl. F. DECKER/D. ZADRA, *Politische Meinungsforschung*, 2001; C. CONRAD, *Ja, nein, ich weiß nicht*, 2000; ders., *Meinungsforschung in der Geschichte*, 1998; nur bedingt W. GELLNER, *Demoskopie, Politik, Medien*, 1996.

³⁵ Vgl. insbes. E. NOELLE-NEUMANN, *Entwicklung der empirischen Sozialforschung*, 1992; dies., *Fortschritt der Publizistikwissenschaft*, 1997; M. KAASE, *Wahlforschung und Demokratie*, 1999; K.-G. STACKELBERG, *Souffleur auf politischer Bühne*, 1975.

³⁶ Vgl. M. WILDT, *Beginn der »Konsumgesellschaft«*, 1994; A. SCHILDT, *Zwischen Abendland und Amerika*, 1999.

³⁷ Als Vorbilder könnten dienen M. GLAAB, *Deutschlandpolitik*, 1999; W. BERGMANN, *Survey-Fragen als Indikatoren*, 2003.

einschränkend gilt, daß die Beratung von Parteien dabei nahezu ausgeblendet wird.³⁸ Die Anstöße zu dieser Auseinandersetzung kamen dabei entweder aus der Wissenschaftsgeschichte und insbesondere der Untersuchung der Rolle von Wissenschaft und Experten im Nationalsozialismus, oder aus der zeitlichen Fortschreibung der Zeitgeschichte, die für die sechziger Jahre die Thematisierung der wachsenden Politikberatung und der Vorstellungen politischer Planung nicht ignorieren kann.³⁹ Allerdings werden in eher sozialwissenschaftlich ausgerichteten Studien Fragen der ›Expertisierung‹ der verschiedenen Felder entlang der schon länger thematisierten Beziehung zwischen Politik und wissenschaftlicher Beratung angesprochen.⁴⁰ Demoskopen fallen oft gar nicht darunter, da sie nicht den Anspruch an Wissenschaftlichkeit erfüllen. Sie werden viel eher gemäß der Auffassung, die Demoskopie sei einer der letzten Arkanbereiche der Politik, als wichtige Berater im Hintergrund dargestellt.⁴¹ Daher wird das Verhältnis zwischen Demoskopie und Politik in der Regel rein utilitaristisch betrachtet und in der Dimension der politics, der Entscheidungsperspektive, als Einflußnahme bei den Entscheidungen der politischen Akteure wie Wähler thematisiert.⁴² In einzelnen Fällen werden mediale Kontexte untersucht, wobei Meinungsforschungsergebnisse nach einem ähnlichen, auf Einflußnahme bezogenen Muster Beachtung finden.⁴³

Dieser utilitaristische Blick gilt vor allem für die übliche Bearbeitung von Umfragen in der Politikwissenschaft: den Wahlkampf.⁴⁴ So gehört zu jeder politik- und sozialwissenschaftlichen Wahlkampfanalyse seit Beginn der sechziger Jahre eine Einbeziehung der jeweiligen ›demoskopischen Situationen‹ und deren Wahrnehmung

³⁸ Vgl. z. B. M. DÖHLER/P. MANOW, Strukturbildung von Politikfeldern, 1997; F. NULLMEIER/F. W. RÜB, Transformation der Sozialpolitik, 1993; W. BLEEK, Politikwissenschaftliche Politikberatung, 2002.

³⁹ Vgl. die Beiträge in S. FISCH/W. RUDLOFF (Hrsg.), Experten und Politik, 2004; Beiträge in der Sektion ›Planung als Reformprinzip‹, in M. FRESE/J. PAULUS/K. TEPPE (Hrsg.), Demokratisierung und gesellschaftlicher Aufbruch, 2003, S. 249–491; P. KREVERT, Wissenschaftliche Politikberatung, 1993; D. SCHINDELBECK, Domizlaff, 1992; ders./V. ILGEN, »Haste was, biste was!«, 1999. Sicherlich hat zudem die Debatte um die politische Beratungsrolle der Historiker im Nationalsozialismus zur Sensibilisierung für das Thema beigetragen.

⁴⁰ Ausnahmen bilden P. WEINGART, Stunde der Wahrheit?, 2001; A. BOGNER/W. MENZ, Wissenschaftliche Politikberatung?, 2002; W. BONSS, Empirische Sozialforschung, 1982; vgl. daneben H. L. ZETTERBERG, Angewandte Sozialforschung, 1962; U. LOHMAR, Wissenschaftsförderung, 1967; K. LOMPE, Wissenschaftliche Beratung, 1966; F. MÜLLER-ROMMEL, Sozialwissenschaftliche Politikberatung, 1984; O. RENN, Sozialwissenschaftliche Politikberatung, 1999.

⁴¹ Diese personenbezogene Erzählweise reicht von der ersten *Spiegel*-Titelstory zu Elisabeth Noelle-Neumann 1953 bis zu Manfred Güllner (Forsa) 2000: »Glauben Sie an Gott?«, Der Spiegel Nr. 44 vom 28. 10. 1953; E. NIEJAHN, »Schröders Antreiber«, Die Zeit vom 7. 12. 2000. Neuere Untersuchungen der Politikberatung konzentrieren sich auf Berater als »spin doctors« und »think tanks« allgemein: J. TENSCHER, Politikvermittlungsexperten, 2000; F. ESSER, Spin Doctoring, 2000, E. MEINHART/U. SCHMID, Spin Doktoren, 2000; W. GELLNER, Ideenagenturen, 1995.

⁴² Vgl. K. LIEPELT, Demoskopie als Meß- und Einflussinstrument, 1998.

⁴³ Vgl. A. ENGEL, Demoskopie als Instrument, 1987; T. MEYER/C. SCHICHA/C. BROSDA, Diskurs-Inszenierungen, 2001.

⁴⁴ Vgl. u. a. W. SIMON, Demoskopie in der politischen Kommunikation, 1983; F. BRETTSCHEIDER, Wahlumfragen, 1991.

und Ausnutzung durch die konkurrierenden Parteien.⁴⁵ Insbesondere in Untersuchungen zur Personalisierung von Politik in Wahlkämpfen wurde der Blick auf die (mediale Präsenz der) demoskopischen Ergebnisse gelenkt.⁴⁶ In den Untersuchungen wird regelmäßig der sowohl legitime wie mißbräuchliche Einsatz von Umfrageergebnissen angesprochen, ohne jedoch die Umfragen selber in ihren Konstruktionsbedingungen und den Umständen der Bereitstellung demoskopischen Wissens für Parteien oder Medien zu untersuchen. Ähnliches gilt für die politikwissenschaftliche Wahlkampfforschung mit historischer Perspektive. Die Meinungsforschung wird hier als ein früh zur Verfügung stehendes Instrumentarium zur Informationsbeschaffung und Planung betrachtet, das sich die Parteien mehr oder weniger schnell erschlossen und dann auf selbstverständliche Weise nutzten.⁴⁷

Seit Wilhelm Hennis' Kritik an der Meinungsforschung 1957 wird angenommen, Umfragen beeinflussten die Politiker negativ in ihren Entscheidungen zugunsten eines blinden Opportunismus und manipulierten zugleich die Wähler.⁴⁸ Seither hat sich die Politikwissenschaft nur unter Verwendung normativer Kategorien der Demoskopie genähert, um sie zu beurteilen und ihre Auswirkungen auf die Demokratie theoretisch abzuschätzen. Demgegenüber befassen sich Sozial- und Kommunikationswissenschaftler seit Jahren mit der rein empirischen Lösung der Frage, inwiefern von Manipulation die Rede sein kann, indem versucht wird, den Einfluß von Umfragen auf die Wahlentscheidung zu messen.⁴⁹

Eher mager fällt auch das Ergebnis bei der Suche nach der Demoskopie in der Parteiengeschichte aus. Abgesehen von Personen, die im Regierungsapparat mit Meinungsforschung beschäftigt waren, hat sich kaum jemand mit dem Beratungspotential der Demoskopien auseinandergesetzt.⁵⁰ Die Parteienforschung zeichnete sich lange Zeit durch eine vergleichende Forschung von Parteiensystemen aus, bevor das Interesse an der Parteiorganisation und dem Verhältnis zwischen Parteien und Wählern erstarkte. Zwischen den Arbeiten finden sich nur wenige, die sich mit dem Einfluß externer Faktoren und der seit den sechziger Jahren zu beobachtenden Professionalisierung der Parteien, vor allem in ihrer Öffentlichkeitsarbeit, beschäftigen. Meinungsforschung findet in keiner der Untersuchungen größere Aufmerksamkeit

⁴⁵ Vgl. als erste Studien in der Art U. W. KITZINGER, *Wahlkampf 1957, 1960*; E. K. SCHEUCH/R. WILDENMANN (Hrsg.), *Soziologie der Wahl*, 1965.

⁴⁶ Hier sind in den letzten Jahren einige Arbeiten entstanden zur Frage der Personalisierung, die auf Umfragen als (veröffentlichte) »Quelle« zurückgreifen: F. BRETTSCHNEIDER, *Spitzenkandidaten und Wählerfolg*, 2002; J. LASS, *Kanzlerkandidaten*, 1995; J. WILKE/C. REINEMANN, *Kanzlerkandidaten*, 2000; K. KINDELMANN, *Kanzlerkandidaten*, 1994.

⁴⁷ Vgl. V. HETTERICH, *Von Adenauer zu Schröder*, 2000; T. KREBS, *Parteiorganisation und Wahlkampfführung*, 1996.

⁴⁸ Vgl. W. HENNIS, *Meinungsforschung und repräsentative Demokratie*, 1957.

⁴⁹ Vgl. E. LUPRI, *Einfluß von Meinungsforschungsergebnissen*, 1966; G. KIRCHGÄSSNER, *Einfluß von Meinungsumfragen*, 1986; weniger empirisch W. DONSBACH, *Demoskopie in der Wahlkampfkommunikation*, 1984.

⁵⁰ Vgl. als Beispiel K. FURMANIAK/P. HOSCHKA/H. SCHUNCK, *Wahlforschung, Demoskopie und Politikberatung*, 1975.

jenseits der Nutzung der Daten und einer Feststellung, daß die Parteien sie schnell für Wahlkämpfe zu nutzen wußten. Ähnlich behandeln die vorliegenden Organisationsgeschichten für CDU und SPD demoskopische Daten.⁵¹

Die neuere Forschung zum Zusammenhang von Medien und Politik betont vor allem die Bedeutung der Medien für die Wahrnehmung und persönlich-individuellen Verarbeitung von Politik. Für Politik- und Medien-/Kommunikationswissenschaften wurden bereits die entscheidenden Stichpunkte benannt, der Wahlkampf als Fixstern der Untersuchungen und die Medialisierung als inhaltlicher Kern der Diskussion. Daneben zielen Untersuchungen zum Wandel politischer Kommunikation oft auf die »Amerikanisierung« als einer Imitation amerikanischer politischer Kommunikation.⁵² Erst in den letzten Jahren beginnt sich das Deutungsmuster zu wandeln, indem nun die Grenzen der Übertragbarkeit betont werden. In der Geschichtswissenschaft hat sich das Erklärungsmuster der »Westernisierung« als beidseitiger Prozeß eines langsameren, kulturellen und wissenschaftlichen Transfers etabliert.⁵³ Doch gleichgültig, welche Entwicklung (Medialisierung, Amerikanisierung oder auch Westernisierung) für die verschiedenen Dekaden der Bundesrepublik konstatiert wird, immer wird auf einen grundsätzlichen Wandel abgehoben. Oftmals wird dieser als gesellschaftlicher wie politischer Wandel deklariert und auf den seit den sechziger Jahren stattfindenden Wertewandel bezogen, der zur Ablösung fester Bindungen zwischen Parteien und Wählerschaft führte.⁵⁴ Für diese Entwicklung werden häufig die Medien, insbesondere das Fernsehen verantwortlich gemacht. Doch ergeben sich aus dieser skeptischen Sicht auf die Rolle der Medien für die Politik Erklärungsprobleme. Schließlich entfalteten sich die Parteien gerade nach dem massenmedialen Wandel zugunsten des Fernsehens zu (noch größeren) Massenparteien; zumindest erlebten sie ihren Zenit der Mitgliedschaft in den siebziger und frühen achtziger Jahren, als das Fernsehen bereits zum Leitmedium geworden war.⁵⁵

Auch werden Praxis und Auswirkungen der Mediennutzung als soziale Phänomene in der Alltagskommunikation untersucht. Hier besagt eine These, daß seit den

⁵¹ Vgl. die durchgängige Nutzung der Daten durch die CDU bei F. BÖSCH, *Die Adenauer-CDU*, 2001; etwas genauer bei ders., *Das Politische als Produkt*, 2003, S. 244 ff.; für die Verwendung in der SPD vgl. K. KLOTZBACH, *Weg zur Staatspartei*, 1996.

⁵² Vgl. als Auswahl D. MÜNDEL, »deutscher Kennedy«, 2004; J. SCHWARZ/C. BROSDA, »Amerikanisierung« der Politikvermittlung, 2001.

⁵³ Vgl. A. DOERING-MANTEUFFEL, *Amerikanisierung in der deutschen Gesellschaft*, 1995; ders., *Wie westlich sind die Deutschen?*, 2001; J. ANGSTER, *Konsenskapitalismus*, 2003; G. KRUIP, »Welt«-»Bild« des Axel Springer Verlags, 1999; vgl. für analoge Ausprägung in den Politik-/Kommunikationswissenschaften K. KAMPS (Hrsg.), *Trans-Atlantik – Trans-Portabel?*, 2000; B. PFETSCH, *Politische Kommunikationskultur*, 2003.

⁵⁴ Vgl. für die Wertewandelsforschung in der Bundesrepublik H. KLAGES, *Werteorientierungen im Wandel*, 1984; R. KÖCHER/J. SCHILD (Hrsg.), *Wertewandel*, 1998. Zur Debatte über den Bedeutungsverlust und die Auflösung der Sozialstruktur vgl. als neueres Beispiel F. BRETTSCHEIDER/J. v. DETH/E. ROLLER (Hrsg.), *Politisierte Sozialstruktur*, 2002.

⁵⁵ Vgl. dazu die Mitgliederzahlen von SPD und CDU: K. SCHÖNHOFEN, *Sozialdemokratie im Wandel*, 1998; W. SCHÖNBOHM, *Die CDU wird moderne Volkspartei*, 1985.

1950er Jahren im Kontext der Entwicklung der Bundesrepublik zur Konsumgesellschaft eine grundlegende *Mediatisierung* des sozialen Lebens stattfand, indem Medien anders benutzt wurden und den Lebensalltag durchdrangen.⁵⁶ Daß die Veränderung des medialen Ensembles die Wahrnehmungsgewohnheiten der Menschen und deren Ansprüche an mediale Präsentation verändern würde, ist demnach nicht so leicht von der Hand zu weisen, wie die These der Medialisierung der Politik dies tut. Es bleibt aber offen, in welchem Zeithorizont dieser Wandel zu begreifen ist. Betrachtet man historische Untersuchungen zur Mediennutzung und auch -wirkung, waren Medien schon immer Dreh- und Angelpunkt zur sozialen Kommunikation.⁵⁷ Allerdings bleibt die Problematik fehlender Quellen bestehen, auch wenn hier die Publikumsforschung seit 1945 zumindest Ansätze bietet.⁵⁸

Es scheint sich in der Sozialgeschichte der Medien abzuzeichnen, daß die stufenweise Herausbildung des massenmedialen Ensembles zwischen der Entwicklung der Massenpresse der 1890er Jahre bis zur Durchsetzung des Fernsehens als Leitmedium die Periodisierung und den Bezugsrahmen bestimmt. Dieser wird über die Techniken und die damit verbundene ›Aufmerksamkeitsökonomie‹ definiert.⁵⁹ Dabei wird deutlich, daß es während dieses Zeitraums mehrere Phasen der Medialisierung, des Wandels des Verhältnisses zwischen Politik und Medien infolge neuer Medien, gegeben hat.⁶⁰ Der Begriff der Medialisierung hält auch aufgrund eines anderen Verständnisses eines Mediums, das weniger eine neutrale Vermittlungsinstanz als vielmehr eine die Aussagen in ihrer Materialität bestimmendes ›Dispositiv‹ darstellt, ganz andere Implikationen für sein Verständnis bereit. Sie zielen auf eine Verknüpfung von Technik und Verarbeitung, also einer Abhängigkeit der ›Botschaft‹ von der Vermittlungsinstanz und weisen dieser ein Eigengewicht im kontextuellen Machtgefüge zu.⁶¹ Generell hängt die Interpretation, ob eine Botschaft durch die Medien bestimmt wird, oder aber die Botschaft von der Wahrnehmung des Nutzers abhängt oder ob die Botschaft das stärkste Glied in der Kommunikationskette ist, von der Bewertung der Medien, ihrer Wirkung und vor allem ihrer Nutzer ab.

⁵⁶ Als Beispiel eines solchen Vorgangs der Veränderung der Sozialbeziehung wird dabei in der Regel auf die Auswirkungen des Fernsehens auf Familienbeziehungen verwiesen. Vgl. die Arbeit von F. KROTZ, *Mediatisierung kommunikativen Handelns*, 2001.

⁵⁷ Ausgehend von der Kommunikationsforschung in der Frühen Neuzeit dringt diese Perspektive auch für die Moderne und das 20. Jahrhundert in den Vordergrund: Vgl. als Beispiel für das Kaiserreich F. BÖSCH, *Zeitungsberichte im Alltagsgespräch*, 2004.

⁵⁸ Vgl. als Beispiel W. KANSTEINER, *Nazis, Viewers, and Statistics*, 2004.

⁵⁹ Es gibt auch Stimmen, die den Prozeß als noch nicht abgeschlossen betrachten und meinen, daß das Internet diesen Prozeß fortsetze. Vgl. A. SCHILDT, *Jahrhundert der Massenmedien*, 2001; H. KNOCH/D. MORAT (Hrsg.), *Kommunikation als Beobachtung*, 2003; K. C. FÜHRER/K. HICKETHIER/A. SCHILDT, *Öffentlichkeit – Medien – Geschichte*, 2001. Für diese Periodisierung sprechen sich auch die Beiträge in dem Aufsatzband aus: U. HERBERT (Hrsg.), *Wandlungsprozesse*, 2002.

⁶⁰ Vgl. F. BÖSCH/N. FREI (Hrsg.), *Medialisierung und Demokratie*, 2006.

⁶¹ Vgl. zur Materialität der Medien und den Begriff des Dispositivs: K. HICKETHIER, *Gutenberg-Galaxis und Bilder-Universum*, 1999; als Beispiel K. HICKETHIER, *Narrative Navigation*, 1998; vgl. auch M. McLUHAN, *The Medium is the Massage*, 1967.

In der Mediengeschichte wird die Frage nach ihrer Rolle weiterhin vorwiegend zugunsten einer auf Vermittlungsperspektiven nach dem Sender-Empfänger-Modell bezogenen und Genre- oder institutionengeschichtlichen Historiographie beantwortet.⁶² In der letzten Zeit haben sich jedoch Ansätze zu einer differenzierteren Sicht entwickelt, indem die Nutzung der Medien durch die Akteure anders betrachtet wird, in deren Folge eine veränderte Repräsentation, ein anderer Umgang mit Medien sowie eine veränderte Wahrnehmung von Politik konstatiert wird.⁶³ Zumindest werden in methodischer Hinsicht die Medien nicht mehr als »Spiegel« oder realitätsgetreue Abbildung betrachtet, sondern das Vexierbild der Medien als konstitutives Element begriffen und dabei Sprache anders eingeordnet.⁶⁴ In diesem Sinne wird auch den Bildern der Politik eine neue Aufmerksamkeit geschenkt.⁶⁵ Die Frage nach der Wirkung wird relativiert, so daß Fragen nach Funktionsweise und Nutzung der Medien in den Vordergrund rücken. Ein Reservoir an Deutungsmöglichkeiten bietet hier der Cultural-Studies-Ansatz. Er spricht den Medien eine starke Wirkung ab, indem er die Eigenständigkeit bei der Mediennutzung mit einer starken Aneignungsthese verbindet und statt der negativ konnotierten Beeinflussung vielmehr in der Ausweitung des Angebots und der Nutzungsmöglichkeiten Aspekte einer Demokratisierung erblickt. Demgegenüber stellt sich eine starke Wirkungshypothese aus der Vorstellung des Stimulus-Response-Modells gegen die eigenständige Deutung durch den Mediennutzer.⁶⁶ Für die Demoskopie wurden diese Fragen, wie oben gezeigt, bislang empirisch mit Bezug auf eine Beeinflussung des Publikums thematisiert. Erst langsam finden die Überlegungen ihren Weg in die medien- und kommunikationswissenschaftlich inspirierten politikwissenschaftlichen Untersuchungen jenseits der Versuche, demoskopische Einflußnahme zu errechnen.⁶⁷ Statt dessen tritt die Frage nach dem Wechselspiel in den Vordergrund, in diesem Fall als Frage nach der Mechanik politischer und medialer Nutzung der Demoskopie.

⁶² Vgl. J. WILKE, Entwicklungsstufen und Determinanten, 2002; ders., Grundzüge, 2000; ders. (Hrsg.), Mediengeschichte, 1999; K. DUSSEL, Deutsche Rundfunkgeschichte, 1999; ders., Deutsche Tagespresse, 2004; K. HICKETHIER, Geschichte des deutschen Fernsehens, 1998.

⁶³ Vgl. u.a. A. SCHULZ, Aufstieg der »vierten Gewalt«, 2000.

⁶⁴ Vgl. T. MERGEL, Parlamentarische Kultur, 2002; insbes. die Beiträge in B. WEISBROD (Hrsg.), Politik der Öffentlichkeit, 2003 und U. FREVERT/H.-G. HAUPT (Hrsg.), Neue Politikgeschichte, 2005; A. BURKHARDT/K. PAPE (Hrsg.), Sprache des deutschen Parlamentarismus, 2000; A. DÖRNER/L. VOGT (Hrsg.), Sprache des Parlaments, 1995.

⁶⁵ In der letzten Zeit ist das Interesse an der nonverbalen, bildlichen (politischen) Kommunikation in der Geschichtswissenschaft bis hin zur Ausrufung eines iconic turn stark gewachsen, kann jedoch hier nicht in gebotener Form aufgegriffen und bearbeitet werden. Statt dessen sei auf erste Arbeiten dazu verwiesen: M. G. MÜLLER, Politische Bildstrategien, 1997; A. GEISTHÖVEL, Den Monarchen im Blick, 2003; H. KNOCH, Bewegende Momente, 2003; H. BREDEKAMP, Thomas Hobbes, 2003; vgl. grundsätzlich H. BELTING, Bild-Anthropologie, 2001.

⁶⁶ Vgl. für die erstgenannte Sichtweise B. WEISBROD, Medien als symbolische Form der Massengesellschaft, 2001; A. DÖRNER/L. VOGT (Hrsg.), Wahl-Kämpfe, 2002; F. MARCINKOWSKI/V. GREGER, Personalisierung politischer Kommunikation, 2000; für die zweite Annahme steht H. M. KEPPLINGER, Demontage der Politik, 1998; M. KAASE, Fernsehen, gesellschaftlicher Wandel und politischer Prozess, 1989.

⁶⁷ Vgl. J. RAUPF, Information, Instrumentalisierung, Reflexion, 2003.

Die Fragestellung nach Einführung, Nutzung und Auswirkung der Meinungsforschung verbindet sich mit der Wahl des langen Untersuchungszeitraums. Er soll dazu dienen, Strukturen des politisch-gesellschaftlichen Wandels in der Bundesrepublik auszumachen und sich von der bislang dominierenden Kurzzeitperspektive, die sich in Dekaden entlang der Sperrfristen der Archive bewegt, zu lösen und den gesamten Zeitraum der alten Bundesrepublik in den Blick zu nehmen.⁶⁸ Der Vorteil des langen Zeitraums besteht darin, die Bundesrepublik als politisch eigenständiges Gebilde zu betrachten und dabei die Entwicklungen, Veränderungen und Verschiebungen ihres politischen Systems sichtbar werden zu lassen. So werden Einblicke in die nicht selbstverständliche Konsolidierung und Stabilisierung der Bundesrepublik als demokratischer Staat in seinem organisatorischen Gefüge jenseits des Mainstreams der politischen Geschichtsschreibung ermöglicht, ohne die Geschichte Westdeutschlands als »Erfolgs«-, »Bewährungs«- oder »Defizitgeschichte« schreiben zu müssen.⁶⁹ Als Anfangspunkt der Untersuchung dient die Gründung der Bundesrepublik, weil mit ihr die professionelle politische Meinungsforschung einsetzte. Dennoch wird die »Vorgeschichte« der westdeutschen Meinungsforschung im Blick behalten, da die Etablierung der empirischen Sozialforschung als Beobachtungsinstrument gesellschaftlicher Realität ab 1945 erfolgte und die Startbedingungen der Meinungsforschung formulierte. Die Alliierten bedienten sich sofort nach dem Ende des Krieges in den Besatzungszonen dieser »Demokratiewissenschaft« und förderten sie als solche. Die Umfragen der Amerikaner, Briten und Franzosen zu den (politischen) Einstellungen und dem Alltagsverhalten der Deutschen vor 1949 waren daher mit einer spezifischen Stoßkraft versehen. Eine Betrachtung der Entwicklung der Meinungsforschung vor 1949 verspricht wesentliche Einblicke in die Grundkonstellation der deutschen politischen Meinungsforschung in den Parteien.

Das Ende des Untersuchungszeitraums gründet sich vor allem auf zwei Argumente. Der Fall der Mauer 1989 eröffnete eine neue Perspektive für die Meinungsforschung, da der »wilde Osten« fremdes Terrain für die Parteien wie für die Markt- und Meinungsforschung war und daher ein entsprechendes wirtschaftliches wie politisches Potential barg, das die Institute nutzten. Jedoch erwiesen sich die alten Instrumente und vorhandenen Interpretationsschemata schnell als nicht mehr brauchbar, so daß das Verhältnis zwischen Wählern und Parteien für ostdeutsche Bedingungen demoskopisch neu austariert werden mußte.⁷⁰ Dies dauerte Jahre und forcierte die Wahlforschung. Die durch die Eingliederung der DDR in die Bundesrepublik ver-

⁶⁸ Vgl. M. FRESE/J. PAULUS/K. TEPPE (Hrsg.), *Demokratisierung und gesellschaftlicher Aufbruch*, 2003; A. SCHILDT/S. DETLEF/K.-C. LAMMERS (Hrsg.), *Dynamische Zeiten*, 2000; A. SCHILDT/A. SYWOTTEK (Hrsg.), *Modernisierung im Wiederaufbau*, 1993.

⁶⁹ Das sind die drei grundlegenden Perspektiven, die den Blick der Geschichtsschreibung auf die »Bonner Republik« bislang dominieren. Vgl. dazu K. NAUMANN, *Historisierung der Bundesrepublik*, 2000; Axel Schildt und Metzler finden hingegen fünf Möglichkeiten: G. METZLER, *Fünf Wege*, 2001; A. SCHILDT, *Fünf Möglichkeiten*, 1999.

⁷⁰ Das 1990 als Zäsur von den Demoskopern selbst wahrgenommen wurde, belegt eine Tagung der Meinungsforscher im Jahre 1991: D. JAUFMANN/E. KISTLER/K. MEIER u.a., *Einstellungs-, Markt- und Meinungsforschung*, 1992; dies. (Hrsg.), *Empirische Sozialforschung*, 1992.

ursachte Expansion und die Veränderung des politischen Systems lassen daher die Zäsurbildung von 1990 als gerechtfertigt erscheinen, auch wenn die Expansionsphase schon wenige Jahre später einer Regression wich. Dieses Jahr erscheint auch symbolisch als Zäsur geeignet, da die Welt nicht mehr in zwei Blöcke geteilt war. Außerdem kündigte sich am Beginn der neunziger Jahre mit dem Privatfernsehen, das einige Jahre zuvor eingeführt worden war, eine Verschiebung in den medialen Machtverhältnissen an. Deren Auswirkungen wurden in der Veränderung der politischen Kommunikation spürbar und unter dem Schlagwort der »Medialisierung« oder »Theatralisierung« der Politik aufgegriffen. Diese Verschiebung spielte insgesamt eine Rolle auch für die mediale Verarbeitung der Meinungsforschung. So bestimmte sich der Marktwert der Einschaltquote zumindest im Bereich der politischen Berichterstattung auch über den jeweiligen Neuigkeitswert der Umfragen. Der Wandel der Bundesrepublik zwischen Mitte der achtziger und neunziger Jahre läßt sich demnach nur als schleichende Zäsur erfassen⁷¹, so daß hier der politisch-institutionell bestimmte Einschnitt als Endpunkt des Untersuchungszeitraums gesetzt wurde.

Aus den drei Ansätzen der Betrachtung von einer anderen Konzeptualisierung von Politik, des Konzeptes der Verwissenschaftlichung und des Theorems der Medialisierung ergibt sich für den Lauf der Untersuchung eine zweigeteilte Gliederung. Die beiden Teile werden anhand der Stichworte Verwissenschaftlichung und Medien strukturiert. Im ersten Teil werden Praktiken der Meinungsforschung in den Parteien analysiert, im zweiten Teil die Auswirkungen des demoskopischen Diskurses in Politik und Medien. Damit arbeitet sich die Untersuchung der Meinungsforschung im politischen Prozeß von dem Arkanum bei CDU und SPD ablaufenden Entscheidungen bis zur medialen Verarbeitung demoskopischer Daten in den Öffentlichkeit vor. Den Anfang macht jedoch ein einführendes Kapitel zu den Startbedingungen der Meinungsforschung in Westdeutschland, das sich neben der Umfrageforschung durch die Alliierten auf die Entwicklung der westdeutschen Institute und ihre Binnenorganisation bezieht.

Im Zentrum des ersten Teils stehen die Fragen nach der Etablierung, Ausweitung und Nutzung der Meinungsforschung durch die beiden Parteien CDU und SPD. In den beiden großen Kapiteln über die Entwicklung der Demoskopie in den beiden Volksparteien wird nach ihrer Zusammenarbeit mit den Meinungsforschungsinstituten gefragt. Jeweils ein Unterkapitel ist allerdings der Institutionalisierung wie der Nutzung von Meinungsforschung im Regierungsapparat, genauer gesagt im Bundeskanzler- und Bundespresseamt, gewidmet. Für alle Bereiche gelten dieselben zentralen Fragen: Wie und mit welchen Deutungsangeboten und Strategien konnten die Institute an den politischen Apparat und seine Vorstellungen anknüpfen? Wie gestaltete sich die konkrete Zusammenarbeit zwischen Instituten und Parteien respektive Regierungsapparat, an welcher Stelle in Organisation und politischer Hierarchie war Meinungsforschung angeschlossen und wie wirkte sich die Indienstrafe auf

⁷¹ Für einen Wandel Mitte der neunziger Jahre optiert T. MERGEL, *Stil der Sachlichkeit*, 2003, S. 50.

den politischen Betrieb in seinem täglichen Ablauf aus? Wie wurden (wissenschaftliche) Erklärungsmuster und Umfragen politisch verarbeitet und wie wurde darüber intern wie extern kommuniziert? In diese Fragestellung werden auch die jeweiligen Akteure miteinbezogen. Es wird untersucht, welche Rollen einzelne politische Akteure im Rahmen einer vermachteten Personenkonstellation und Netzwerke in Instituten und Parteien für die Verankerung und Nutzung der Meinungsforschung spielen. Die Konstellationen und Entwicklungen werden dabei in den Kontext der jeweiligen Parteigeschichte gestellt und in die gesellschaftliche Entwicklung eingeordnet. Abschließend werden die Ergebnisse in einem Zwischenresümee als Verwissenschaftlichungsprozeß der beiden Parteien zusammenfassend verglichen. Ein Blick in die organisatorische und öffentlichkeitsbezogene Arbeit mit der Demoskopie verspricht damit erste Aufschlüsse über die strukturellen Veränderungen der Parteien und den konzeptionellen Veränderungen von Politik. Es bleibt noch darauf hinzuweisen, daß in der Studie nicht danach gefragt wird, inwiefern direkte Auswirkungen von Umfragen auf Politik zu verzeichnen sind, also ob diese oder jene Frage zu der einen oder anderen politischen Entscheidung führte. Aufgrund der Konzentration auf strukturelle Verschiebungen geht es vielmehr darum, nachzuvollziehen, wie Umfragen zu einer Art begleitendem Grundrauschen der Politik wurden und welche prinzipiellen Folgen dies hatte.

Im zweiten Teil der Untersuchung stehen die Auswirkungen auf die Konzeption von Politik im Mittelpunkt. Mittels ›Repräsentation‹ und ›Öffentlichkeit‹ wird nach den demoskopischen Folgen für die Selbstbeschreibung der Parteien, ihre Beobachtung der Umwelt und die sich daran anschließenden Vorstellungen von der Welt und der Machbarkeit von Politik geforscht. Durch die Analyse der Zergliederung des politischen Körpers und der Politik in ihren verschiedenen Dimensionen der Politikfelder, Institutionen und Entscheidungsprozesse (policy, politics and polity), wird die Kategorienbildung der Demoskopie untersucht. Die Systematik der Analyse ergibt sich aus den verschiedenen Beobachtungsgegenständen und deren Konstruktion sowie deren Platz im Geflecht des demoskopischen Diskurses: Wie zergliedert die demoskopische Beobachtung Politik? Welche Kategorien bildet sie zu welchem Zweck und mit welchen Folgen für politische Kommunikation und die Vorstellung von Politik? Im Fokus steht das Verhältnis zwischen Politik und Wähler, da die zentrale Beobachtungsleistung der Demoskopie darin besteht, der Politik Orientierung über die flexiblen Wähler zu geben, um sie der gezielten Kommunikation auszusetzen. Im Anschluß daran wird gefragt, wie sich das wiederum auf die Selbstbeschreibung der Parteien auswirkt. Dieser systematische Teil wird durch die Zusammenstellung der einzelnen Befunde unter der Fragestellung einer neuen Konzeptualisierung von Politik abgeschlossen. Das folgende Kapitel wendet sich dann der Öffentlichkeit in Form der Massenmedien zu. Hier geht es um die mediale Verarbeitung und die Verschränkung der Prozesse Verwissenschaftlichung, Politisierung und Medialisierung als gegenseitige Einflußnahme von Demoskopie, Medien und Politik. Die Analyse operiert in diesem Fall auf zwei Ebenen, der medialen Verarbeitung der Demoskopie und ihrer beständigen Kommentierung. So werden einer-

seits die mediale Verarbeitung der Umfragen, andererseits deren Bewertung als Mittel der Politik beschrieben und in ihrer Verflechtung analysiert. In chronologischer Abfolge wird die Veränderung des Verhältnisses zwischen Politik und Öffentlichkeit anhand der Rolle der Demoskopie für die jeweilige Sphäre verfolgt. Am Schluß steht ein Fazit der Untersuchung, das die Erkenntnisse der Arbeit in kondensierter Form zusammenfasst.

Für die Untersuchung wurden sowohl archivalische Quellen wie auch veröffentlichte Materialien herangezogen. Vor allem die Akten der jeweiligen Parteiorganisationen wurden untersucht. Für die CDU konnten die Bestände im Archiv für Christlich-Demokratische Politik und für die SPD die Unterlagen im Archiv der sozialen Demokratie eingesehen und in beiden Beständen dabei die relevanten Unterlagen in Bezug auf Meinungsforschung bearbeitet werden. Allerdings wurden die Entwürfe für Fragebogen nur selten aufbewahrt, so daß sich Fragen zur Formulierung einzelner Fragestellungen nur in Ausnahmefällen verfolgen lassen. Die Sperrfristen erstrecken sich bei der CDU auf 30 Jahre; bei der SPD beschränken sie sich auf die letzten zehn Jahre des Untersuchungszeitraums. Für beide Parteien wurde die restliche Zeit mittels veröffentlichter Quellen abgedeckt, was keinerlei Probleme barg, da relevante demoskopische Vorgänge in den Parteien spätestens seit Ende der sechziger Jahre öffentlich wurden. Außerdem waren die Strukturen in den achtziger Jahren etabliert, während zugleich die Medien als Auftraggeber immer wichtiger wurden.

Die Bestände der Abteilungen der Organisation des CDU-Bundesvorstandes sind allerdings noch nicht erschlossen und lagen daher nur fragmentarisch vor.⁷² Statt dessen konnte der Nachlaß des Gründers von Emnid (Erforschung der öffentlichen Meinung, Marktforschung, Nachrichten, Informationen, Dienstleistungen, Bielefeld), Baron Karl-Georg von Stackelberg, ausgewertet werden. Die Akten vermögen Aufschluß über die Zusammenarbeit zwischen der Bundespartei der CDU und dem Institut zumindest für die Jahre 1954 bis 1961 zu geben.⁷³ Daneben wurden weitere Nachlässe und Deposita gesichtet. Ursprünglich gedacht als aussagekräftige Materialien zur Haltung führender politischer Akteure gegenüber der Demoskopie, entpuppten sie sich als Kompensation für fehlende Materialien in den Parteiapparaten. Die Funde legen daneben den Umgang mit der Meinungsforschung offen und geben damit auch indirekt Einsichten in die Stellung der demoskopischen Ergebnisse in politischer Hinsicht. Um die demoskopische Bearbeitung von Politik aus der Regierungsperspektive zu untersuchen, wurden Unterlagen des Bundeskanzleramtes und des Bundespresse- und Informationsamtes bis zur Sperrfrist 1972/73 herangezogen; für den Einsatz der Demoskopie auf unteren Regierungsebenen wurde außerdem Material des Berliner Senats im Landesarchiv Berlin in Augenschein genommen. Der Blick auf die mittlere Ebene der Politik wurde durch die Unterlagen

⁷² Die entsprechenden Quellen sind in den Belegen als »unverzeichnet« ausgewiesen.

⁷³ Der Nachlaß befindet sich in Privatbesitz; er beinhaltet Anfänge des Instituts, Arbeitsweisen, Beziehungen zu den Alliierten und zum Konkurrenz-Unternehmen IfD.

der Landtagsfraktionen von SPD und CDU in Nordrhein-Westfalen sowie des SPD-Landesverbandes im Hauptstaatsarchiv Düsseldorf ergänzt.

Für die Seite der Meinungsforschungsinstitute stellte sich die Situation schwieriger dar. Waren die Unterlagen der Institute DIVO (Deutsches Institut für Volksumfragen, Frankfurt am Main) und Infas (Institut für angewandte Sozialwissenschaft, Bonn-Bad Godesberg) aufgrund von Auflösung nicht auffindbar beziehungsweise im Laufe einer unternehmerischen Umstrukturierung angeblich vernichtet worden, so wurde für die Unterlagen des Institutes Emnid keine Genehmigung erteilt.⁷⁴ Allein das Institut Infratest Sozialforschung (München) erlaubte eine Einsicht in die noch vorhandenen Arbeitsunterlagen. Diese bestanden zwar lediglich aus den gesammelten Berichten der Arbeiten für die SPD, konnte aber durch ihre Vollständigkeit einen guten Einblick in die gesamte Arbeit bis 1990 geben. Ähnlich verhielt es sich mit den Unterlagen des IfD (Institut für Demoskopie, Allensbach). Hier wurde gerade ein Archiv eingerichtet, so daß keine Zugangsmöglichkeiten bestanden. Doch war es möglich, die an das Bundesarchiv Koblenz gegebenen Dubletten der Berichte für das Bundespresseamt einzusehen.⁷⁵ Darüber hinaus wurden von Sinus (Heidelberg) schriftliche Auskünfte erteilt. Die vier Institute Emnid, Infratest, Infas und IfD (DIVO nur zum Teil aufgrund der Beendigung politischer Meinungsforschung 1971) waren zwischen 1949 und 1990 führend in der politischen Umfrageforschung, da sie langfristige Verträge mit den Parteien und der Bundesregierung abgeschlossen hatten. Weitere Institute wurden daher nicht näher betrachtet. Daneben wurden in Bibliotheken zur Verfügung stehende Unterlagen der Forschungsgruppe Wahlen (FGW), die jedoch als universitäres Institut kaum Parteien beraten hat, herangezogen. Außerdem stand die Online-Datenbank des Zentralarchivs für empirische Sozialforschung an der Universität Köln zur Verfügung, über die Umfragen recherchiert werden konnten.⁷⁶ Ergänzend wurden Interviews mit Meinungsforschern und Mitarbeitern der Parteiorganisationen geführt, um zusätzliche Eindrücke über die Zusammenarbeit und Routine zwischen Parteien und Instituten zu gewinnen, da sie sich in den Unterlagen als eine stark von Informalität und nicht protokollierten Begegnungen beziehungsweise Telefongesprächen darstellt, deren Inhalte und Abläufe nicht leicht zu rekonstruieren waren.

Als weitere Quellen für die interne Kommunikation und Verarbeitung sowie die Kommunikation nach außen wurden parteieigene Veröffentlichungen, Broschüren, Zeitschriften, (Wahlkampf-)Handbücher und Parteitagsprotokolle sowie Jahrbücher herangezogen. Daneben wurden publizierte Protokolle der beiden Bundestagsfrak-

⁷⁴ Laut telefonischer Auskunft des Leiters der Abteilung, Jakob Steinwede, vom 24. 9. 2001 wurden alle Unterlagen bei dem Verkauf des Unternehmens an die Hunzinger AG 1996 dem Reißwolf übergeben.

⁷⁵ Daneben wurden vom Archiv des IfD Auskünfte erteilt.

⁷⁶ Die allgemein zugängliche Datenbank reicht bis in die 1950er Jahre hinein, URL: (<http://www.gesis.org/Datenservice>) [13. 10. 2003]; alle im ZA gesammelten Fragebogen und Kodebücher zur Wahlforschung bis 1998 befinden sich auf einer CD-Rom, beiliegend zu M. KLEIN/W. JAGODZINSKI/E. MOCHMANN u. a. (Hrsg.), 50 Jahre empirische Wahlforschung, 2000.

tionen und der Kabinette systematisch durchgesehen.⁷⁷ Die Ebene der diskursiven Verarbeitung von Politik wurde in erster Linie mit veröffentlichten Quellen in Form von Zeitungen und Zeitschriften sowie Fachzeitschriften abgedeckt. Sie gewährten in ihrer Berichterstattung Einblicke in die Veränderung der externen Kommunikation der Parteien und in die medialen Schleifen der Bearbeitung demoskopisch erzeugter Bilder politischer Realität. Insbesondere die Dienste der Zeitungsauschnittsammlung des SPD-Parteivorstandes, der Pressedokumentation der CDU sowie die Pressedokumentation des Deutschen Bundestages haben gute Hilfe geleistet, da sie einen Überblick über Publikationen zur Meinungsforschung und über veröffentlichte Umfrageergebnisse während des gesamten Untersuchungszeitraums vermitteln. Insbesondere die Pressedokumentation des Bundestages war ertragreich in Bezug auf in anderen Sammlungen kaum dokumentierte Medien. So konnten Fernsehausstrahlungen und Radiosendungen in der Untersuchung berücksichtigt werden. Insgesamt konnte sowohl der mehr oder weniger im Arkanbereich der Politik stattfindende Umgang mit demoskopischem Material wie seine Verarbeitung in den Medien untersucht werden, um die Integration der Meinungsforschung in den politischen Prozeß in der Bundesrepublik bis 1990 in verschiedenen Facetten zu beschreiben und zu analysieren.

⁷⁷ CDU/CSU-Fraktion, Sitzungsprotokolle 1949–1966, 1998, 2003f.; SPD-Fraktion, Sitzungsprotokolle 1949–1966, 1993. Die Kabinettsprotokolle bis 1966 sind inzwischen online auf den Seiten des Bundesarchivs nutzbar, URL: (<http://www.bundesarchiv.de/kabinettsprotokolle>) [22. 1. 2005].

ERICH PETER NEUMANN • ELISABETH NOELLE

ANTWORTEN

POLITIK IM KRAFTFELD DER
ÖFFENTLICHEN MEINUNG

Mi 456.1. Deutscher
Eingestieg 5. 1.55.



VERLAG FÜR DEMOSKOPIE • ALLENSBACH AM BODENSEE

»Wir wollen uns hier aller theoretischen Darlegungen enthalten, es soll nur das Material selbst zu Wort kommen.

Vielleicht vermag es einen Vorgeschmack jener Art von Dokumenten zu geben, die in einer zukünftigen Geschichtsschreibung nicht mehr fehlen werden.«

1954, S. 10. – Der Kolummentitel ist ein Zitat aus der Verlagsankündigung zur 2. Auflage der Broschüre.

Die Demoskopie in Westdeutschland nach 1945: Entstehungsbedingungen und die Etablierung der ›amerikanischen Wissenschaft‹

1. Die Rolle der westlichen Alliierten: Demokratisierung durch Demoskopie

Als die Meinungsforschung 1945 von den Alliierten nach Westdeutschland importiert wurde, war sie weitgehend unbekannt. Es existierte keine dem Verfahren und Ansinnen entsprechende Beobachtungsform, abgesehen von einigen wissenschaftlichen Ansätzen, vor allem im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich. Die Erforschung der wirtschaftlichen Verhältnisse und das Konsumverhalten der Bevölkerung waren seit den zwanziger Jahren zum systematisch erforschten Thema der Wirtschaftswissenschaften geworden. 1928 erschien das erste Handbuch zur Marktforschung; außerdem gründete sich der Vorläufer der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) an der Freiburger Universität als Verein bereits 1925.¹ Für diese Entwicklung stellte auch die nationalsozialistische Machtübernahme keine Zäsur dar. Allerdings sind thematische Verschiebungen nicht von der Hand zu weisen, da sich die Erforschung an den akademischen Instituten auf Absatzforschung konzentrierte und in Bezug auf die privatwirtschaftlichen Institute eine spezifische Lenkung erfuhr.² Daneben hatten bereits in der Weimarer Republik erste vereinzelte Versuche einer umfragegestützten, noch weit von Fragen mathematischer Repräsentativität entfernten Leserforschung in der Zeitungswissenschaft stattgefunden, welche als Vorläufer einer Kommunikationswissenschaft gesehen werden können, die sich erst lange nach dem Zweiten Weltkrieg in der Bundesrepublik etablieren sollte.³ In der Sozialwissen-

¹ Die zuvor erschienene Literatur zu Markt- und Absatzforschung beschäftigt sich nicht mit der Methodik der Umfragen. Vgl. als Beispiele T. KÖNIG, *Reklame-Psychologie*, 1926; E. SCHÄFER, *Grundlagen der Marktforschung*, 1928. Schäfer war Mitarbeiter an dem Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware und späterer Mitbegründer der GfK, neben Ludwig Erhard und Wilhelm Vershofen. Für die Geschichte der GfK existiert bislang nur die etwas dürftige Jubiläumsschrift: *Gesellschaft für Konsumforschung (Hrsg.), 50 Jahre GfK, 1984*; vgl. auch C. KAPFERER, *Leben für die Information*, 1983.

² Vgl. die autobiographische Darstellung von C. KAPFERER, in: ebd.; zur Werbung im Nationalsozialismus gibt es bislang nur wenige Arbeiten: Vgl. daher U. WESTPHAL, *Werbung im Dritten Reich*, 1989; v.a. auf biographische Kontinuitäten achten G. DIESENER/R. GRIES, *Propaganda in Deutschland*, 1996; R. GRIES/V. ILGEN/D. SCHINDELBECK (Hrsg.), *Werbung und Mentalitätsgeschichte*, 1995.

³ Erste Umfragen dazu veranstalteten die zeitungswissenschaftlichen Institute in Berlin und Leipzig, deren Entdeckung auch als Reaktion auf die Entstehung des neuen Mediums Radio zu deuten ist. Vgl. u. a. H. A. MÜNSTER, *Jugend und Zeitung*, 1932. Vgl. für spätere Studien u. a. A. SCHMIDT, *Publizistik im Dorf*, 1939; H.-W. KÖPPEN, *Die deutsche Kundenzeitschrift*, 1941; F. SCHINDLER, *Publizistik im Leben einer Gruppe*, 1942. Mit biographisch angelegten, soziologischen Aspekten der Zeitungswissenschaft in der Weimarer Republik argumentiert S. AVERBECK, *Kommunikation als Prozeß*, 1999.

schaft konnte sich die Methode der Beobachtung per Fragebogen hingegen in keiner Form etablieren. Erste Versuche dieser Art waren bereits am Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts unternommen worden, aber als marginale Beobachtungen sozialer Ungleichheit von geringer Bedeutung geblieben.⁴ Die Idee des auf Wahrscheinlichkeitsmodellen basierenden repräsentativen Samples setzte sich damit noch nicht durch, auch wenn die Etablierung der Demoskopie in den USA Ende der dreißiger Jahre im deutschen zeitungswissenschaftlichen Kontext wahrgenommen wurde.⁵ Im Ansatz wurde die Idee einer mathematisch erzeugten Repräsentativität auf die im Deutschen Reich existente Beobachtungsform, die »Meldungen aus dem Reich«, übertragen.⁶ Die Beobachter waren gehalten, in ihrem Gebiet einen »repräsentativen Teilausschnitt aus der Bevölkerungsgesamtheit« auszuwählen.⁷

Im Rahmen der SD-Berichte sollte der so gewonnene statistische Querschnitt die Aussagen in ihrer Bedeutung absichern. Zwar hatte sich der normierte Fragebogen noch nicht etabliert, doch war die Statistik aus der Soziologie als Beschreibungs- und vor allem Argumentationsinstrument seit den dreißiger Jahren nicht mehr wegzudenken.⁸ In der »Deutschen Soziologie« hatten statistische Methoden zur Durchsetzung der Disziplin Soziologie/Sozialwissenschaft in Form einer dem Regime zuarbeitenden Sozialtechnik an den Universitäten und an außeruniversitären Insti-

⁴ Vgl. z. B. für Enqueten des Vereins für Sozialpolitik M. WEBER, Landarbeiter, 1892; für die Untersuchung der Arbeiterschaft vgl. als exzeptionelle Untersuchung A. LEVENSTEIN, Die Arbeiterfrage, 1912; vgl. auch zur Entwicklung und Nutzung statistischer Methoden A. OBERSCHALL, Empirische Sozialforschung, 1997; A. DIEKMANN, Empirische Sozialforschung, 1999.

⁵ Als erste deutschsprachige Publikation zur Meinungsforschung entstand 1939 die Dissertation von E. NOELLE, Meinungs- und Massenforschung in USA, 1940. Ihre Arbeit fiel auch im Propagandaministerium auf. Sie bekam direkt von Goebbels 1942 eine Stelle angeboten, konnte sie jedoch aufgrund einer Erkrankung nicht anreten. Zumindest stellte sie die Vorgänge in einem Interview des NDR 1981 so dar. Vgl. dazu O. KÖHLER, Unheimliche Publizisten, 1995, S. 37 f.; vgl. auch das folgende Teilkapitel, S. 45, Fn. 14.

⁶ Die aufgrund ihrer »defaitistischen Wirkung« im Sommer 1944 eingestellten Berichte wurden zwar an die Regierungsmitglieder weitergeleitet und als »Feedback« benutzt. Sie wurden als Indikator für Mißstände betrachtet, die dann von den entsprechenden Stellen beseitigt werden mußten. Der SD war nicht die einzige Instanz, die Berichte solcher Art anfertigte. Auch die Geheime Staatspolizei und auch die Wehrmacht waren an der Berichterstattung beteiligt. Vgl. H. BOBERACH (Hrsg.), Meldungen aus dem Reich, 1965, S. XVIII f., XXVI f.; M. G. STEINERT, Hitlers Krieg und die Deutschen, 1970; V. R. BERGHAIN, Meinungsforschung im »Dritten Reich«, 1967; W. WETTE u. a. (Hrsg.), Stimmungsberichte, 2001, Einleitung.

⁷ M. WIRL, Öffentliche Meinung unter dem NS-Regime, 1990, S. 14.

⁸ Für die Durchsetzung des »Arguments der großen Zahl« und für dessen Rolle in der Konstruktion von »Nation« sowie die Verbindung der Statistik mit der Administration vgl. die jeweils im internationalen Vergleich angelegten Studien von A. DESROSIÈRES, How to make things, 1991; ders., Politics of large Numbers, 1998; P. WAGNER, Sozialwissenschaften und Staat, 1990; J. A. TOOZE, Statistics and the German State, 2001 (Bezug auf Wirtschaftswissenschaft); für die Bedingungen und Auswirkungen der Statistik auf die Konstruktion der Bevölkerung vgl. S. NIKOLOW, Nation als statistisches Kollektiv, 2002; vgl. für die Durchsetzung mathematischer Beschreibungsformen von Gesellschaft in der sozialen Lebenssphäre als Beispiel den Bereich Jugend und Sozialstaat (im weitesten Sinne) L. RAPHAEL, Experten im Sozialstaat, 1998; D. PEUKERT, Grenzen der Sozialdisziplinierung, 1986; M. GRÄSER, Der blockierte Wohlfahrtsstaat, 1995; F. KEBBEDIES, Außer Kontrolle, 2000.

tuten beigetragen.⁹ Damit war der Boden für die nach 1945 erfolgende Adaption der »amerikanischen Wissenschaft«, das heißt der empirischen Sozialforschung mit ihren Techniken und Methoden, bereitet.¹⁰

Deutlich wird der unterschiedliche Umgang mit der gesellschaftlichen Beobachtungsform Demoskopie, wenn man Deutschland und die USA vergleicht. Während sich in Deutschland wie oben beschrieben lediglich Ansätze statistischer Beobachtungsformen etablieren konnten, hatte sich in den USA die gesellschaftliche Beobachtung mittels Demoskopie bereits in den dreißiger Jahren durchgesetzt. In der Öffentlichkeit löste die Demoskopie mit der ersten nach dieser Methode getroffenen Wahlprognose zu den Präsidentschaftswahlen 1936 die seit Anfang des 19. Jahrhunderts beliebten »straw polls« (Leserumfragen zur Wahlabsicht) ab.¹¹ Mit der glücklichen Vorhersage konnten die vor der Wahl vielfach geäußerten Zweifel gegenüber der repräsentativen Erhebungsmethode einer kleinen Gruppe von wenigen tausend Personen im Verhältnis zu circa zwei Millionen Befragten des Literary Digest zerstreut werden, so daß die öffentlichkeitswirksame Inszenierung der Vorhersage der Meinungsforschung zum Durchbruch mit der Erkenntnis verhalf, die Wahrscheinlichkeitsrechnung auf die Politik übertragen zu können. Den Ruhm erntete der Meinungsforscher, der sich mit diesem Erfolg am provokativsten in Szene setzen konnte und der später in der Bundesrepublik zum Synonym der Meinungsforschung wurde: George Gallup.¹² Er verbreitete in den folgenden Jahren in der ganzen Welt Markt- und Meinungsforschung mit seinen Instituten.¹³ Zuvor war diese Beobachtungstechnik vereinzelt, zumeist auf lokaler Ebene und häufig für die Öffentlichkeit unsichtbar getestet worden.¹⁴ Mit der erfolgreichen Prognose 1936 endete die langjährige Entwicklungsphase der Meinungsforschung, und es begann ihr schneller Aufstieg.¹⁵

In dieser bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs dauernden Phase spielten drei verschiedene (wissenschaftlich-disziplinäre) Stränge für die Etablierung der Meinungsforschung in ihrer späteren Erscheinung eine Rolle. Sie zeichneten bereits in ihrer Entstehung den Zwiespalt der Meinungsforschung als geheim anzuwendende Steuerungs- und Sozialtechnologie und Demokratiewissenschaft zugleich vor. Zu

⁹ Vgl. O. RAMMSTEDT, *Deutsche Soziologie 1933–1945*, 1986, S. 163–168. Zur Geschichte der Sozialwissenschaft sei darüber hinaus verwiesen auf Gesamt- und Phasenüberblicke von H. KERN, *Empirische Sozialforschung*, 1982, S. 229–246; C. KLINGEMANN, *Soziologie im Dritten Reich*, 1996; C. WEISCHER, *Unternehmen »Empirische Sozialforschung«*, 2004.

¹⁰ Vgl. O. RAMMSTEDT, *Deutsche Soziologie 1933–1945*, 1986, S. 166 f.

¹¹ Für die Ablösung der straw polls als einer Rationalisierung der öffentlichen Meinung s. HERBST, *Numbered voices*, 1993.

¹² Vgl. F. KELLER, *Archäologie der Meinungsforschung*, 2001, S. 35 ff.

¹³ 1937 erfolgten die ersten Gründungen in Europa (GB und Frankreich) und 1938 in Australien; 1941 wurde Gallup auch in Kanada aktiv.

¹⁴ George Gallup hatte seit 1922 in der Marktforschung gearbeitet und daraus seine Tests zur politischen Meinungsforschung entwickelt. Sein American Institute of Public Opinion gründete er erst nach dreijähriger Erprobung der Methode 1935. Vgl. T. OSBORNE/N. ROSE, *Social Sciences*, 1999, S. 377; D. J. ROBINSON, *Measure of Democracy*, 1999, S. 49 f.

¹⁵ Vgl. T. OSBORNE/N. ROSE, *Social Sciences*, 1999, S. 381.

dieser Konstellation gesellte sich das Drängen zu Legitimationszwecken auf eine bestimmte eigene Traditionsbildung der Meinungsforscher als demokratische Beobachter von Gesellschaft.¹⁶ So bildete, erstens, die Marktforschung im Rahmen des Aufstiegs der Konsumorientierung in der Gesellschaft eine Vorreiterin in der Anwendung der mathematischen Erstellung von Meinungsdurchschnitten. Bereits seit 1916 wurde im Bereich der Markt- und Konsumforschung aufgrund der konsumgesellschaftlichen Entwicklung die statistische Berechnung der Gesellschaft und die ihr zugrunde liegende Erfindung der ›Repräsentativität‹ durch ein Sample erprobt und angewendet.¹⁷ Die Methode des repräsentativen Querschnitts bot eine preiswerte Fixierung von Öffentlichkeit und machte eine derartige Messung der öffentlichen Meinung für Institutionen und Organisationen erschwinglich, ökonomisierte sie damit auch.¹⁸

Über ihre inhaltliche Attraktivität als Sicherstellung einer in ihrer Meinungsbildung immer fluiden und schwankend erscheinenden Öffentlichkeit sagte das jedoch noch nichts. Dieser Aspekt wurde, zweitens, parallel zur Entwicklung der Marktforschung in den zwanziger Jahren von einer neuen psychologisch geprägten Forschungsrichtung aus der behavioristischen Schule der »attitude research« entwickelt. Diese Entwicklungsforschung wurzelte in einem engen Zusammenhang mit der öffentlichen Diskussion über Demokratie, Massengesellschaft, Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. Hier standen sich die Meinungen mit einerseits der neuen Idee der Meßbarkeit von Meinungen und der Veränderung von Gesellschaft durch Massenmedien und den skeptischen Ansichten zur Vermassung der Gesellschaft, nach denen die Menschen anonym und die öffentliche Meinung als eine manipulierbare Verschiebungsmasse galten, gegenüber, so daß sich Fragen von Regierung und Demokratie auf neue Art und Weise stellten.¹⁹ In dieser Diskussion schälten sich die Interessen und Ausrichtungen der neuen Disziplinen der Medien- und Kommunikationswissenschaft, der Sozialpsychologie und der empirischen Sozialwissenschaft heraus. Dabei befanden sich die Fragen der Bestimmung und Analyse des gesellschaftlichen Wandels, der Rolle der öffentlichen Meinung und der neuen Medien im Zentrum. Aus diesem Blickwinkel wird plausibel, warum sozialwissenschaftliche Studien, die zwischen 1900 und 1920 ihre Blütezeit erlebten, in diese Diskussion zwar einfließen, aber fachlich nur einen sozialwissenschaftlich bestimmten Diskus-

¹⁶ Keller zeigt sehr ausführlich, inwiefern Gallup in seiner Begründung auf beliebte Theoretiker der öffentlichen Meinung, insbesondere James Bryce, zurückgriff, um sich als sein legitimer Nachfolger darzustellen. Vgl. F. KELLER, *Archäologie der Meinungsforschung*, 2001, S. 83–122. Eine strukturell ähnliche Traditionsbildung betrieb auch Lazarsfeld, als er die durch Napoleon III veranlaßte Erstellung und Sammlung von Berichten zur Stimmung der Bevölkerung als Vorgeschichte der Meinungsforschung bezeichnete. Vgl. P. F. LAZARSFELD, *Public Opinion*, 1957; für eine deutsche Version dieser Traditionsbildung vgl. E. NOELLE-NEUMANN, *Die Schweigespirale*, 1980.

¹⁷ Vgl. D. J. ROBINSON, *Measure of Democracy*, 1999.

¹⁸ So die Argumentation der kanadischen Fallstudie: ebd.

¹⁹ F. H. ALLPORT, *Social Psychology*, 1924. Vgl. für die Diskussion der 1920er Jahre T. OSBORNE/N. ROSE, *Social Sciences*, 1999, S. 374 ff. Der bekannteste Beitrag zu dieser Diskussion stammt von W. LIPPMANN, *Phantom Public*, 1925.

sionspunkt zu sozialen Fragen von Gesellschaft bildeten und so für die weitere Entwicklung keine große Rolle spielten.²⁰

Drittens erwies sich die seit den zwanziger Jahren entwickelnde Medienwissenschaft als hilfreich in der Etablierung und Konzeptualisierung der Meinungsforschung, indem sie die Verarbeitung und Wahrnehmung von Information mit deren Verbreitung und Präsentation verknüpfte. Die im Entstehen befindliche Disziplin bezog insbesondere aus der Rundfunk-Hörerforschung wichtige Impulse, da sie die Einstellungsforschung mit statistischen Methoden der repräsentativen Abbildung von Teilnehmerdurchschnitten zu verbinden verstand. Hier bildete insbesondere Paul F. Lazarsfeld das Bindeglied zwischen den Bereichen, da er bereits die Rundfunk-Hörerforschung begründet und Samplingmethoden in die österreichische Sozialwissenschaft eingeführt hatte, bevor er in den USA das erste Institut für Radio-Hörerforschung an der Universität von Princeton gründete.²¹ Er erweiterte diesen Forschungsansatz zusammen mit Bernard Berelson und Hazel Gaudet zu einem integrierten Ansatz der Wahlforschung, indem Mediennutzung, Verarbeitung von Informationen und lang- und kurzfristige Einstellungen beziehungsweise Meinungen der Bevölkerung zusammengefügt wurden. So entstand zu den Präsidentschaftswahlen 1940 eine erste politik- wie sozialwissenschaftlich anerkannte Umsetzung der demoskopischen Methoden.²²

Der publizistische Erfolg der Wahlprognose 1936 löste einen Entwicklungsschub aus, der sich in einem Auftragsboom der Meinungsforschung in der Presse niederschlug und zugleich ein wissenschaftliches Interesse an der mathematischen Beschreibung der öffentlichen Meinung steigerte. Der an der Universität von Princeton 1937 von einigen jungen Medien-, Kommunikationswissenschaftlern und Psychologen gestartete Versuch, diese Beobachtungsform mit Hilfe einer Zeitschrift, der *Public Opinion Quarterly*, zu etablieren, zeigte schnellen Erfolg.²³ Nicht umsonst war der Herausgeber der Zeitschrift zugleich der ›Vater‹ der Verbindung zwischen Psychologie und statistischer Messbarkeit von (zu erwartendem) Verhalten.²⁴ Die Zeitschrift entwickelte sich zum Nukleus einer wissenschaftlichen Erforschung der öffentlichen Meinung, die sich jedoch immer wieder mit der kommerziellen Forschung schnitt, so daß darin die zwei Stränge der soziologisch-psychologischen Forschung und der aus der Marktforschung stammenden kommerziellen Forschung zusammenfanden.

Es bildete sich um das Konzept der öffentlichen Meinung als einem meßbaren Zustand von Gesellschaft in den folgenden Jahren eine Art »Research Front« aus,

²⁰ Vgl. M. BULMER, *Decline of the social survey movement*, 1991.

²¹ Vgl. auch D. SCHRAGE, *Psychotechnik und Radiophonie*, 2001.

²² Vgl. P. F. LAZARSELD/B. BERELSON/H. GAUDET, *People's Choice*, 1944. Die deutsche Übersetzung erschien bezeichnenderweise erst 1969, als die Studie bereits zum ›Klassiker‹ der Wahlforschung avanciert war (Wahlen und Wähler. Zur Soziologie des Wahlverhaltens, Neuwied u.a. 1969). Für einen Überblick über Lazarsfelds Wahlforschung und seine Bedeutung für die heutige Wahlforschung vgl. R. B. SMITH, *Legacy of Lazarsfeld*, 2001.

²³ Vgl. F. KELLER, *Archäologie der Meinungsforschung*, 2001, S. 24.

²⁴ Vgl. auch seinen programmatischen Artikel dazu in der ersten Ausgabe: F. H. ALLPORT, *Science of Public Opinion*, 1937.

die eigendynamisch und mit sich steigendem Tempo neues Wissen und dadurch Wissenslücken schuf, die wiederum gefüllt werden wollten, so daß ständig neues Wissen produziert wurde.²⁵ Den größten katalytischen Schub verlieh ihr jedoch die Erforschung der öffentlichen Meinung im anwendungsbezogenen Zusammenhang während des Zweiten Weltkriegs. Er bedeutete die Finanzierung großer Forschungsvorhaben und eine Chance disziplinärer Profilierung.²⁶ Im Rahmen des New Deal war diese Beobachtungsform bereits vereinzelt in die Administration und Politik eingeflossen.²⁷ So hatte Franklin D. Roosevelt seinen Wahlkampf 1932 ansatzweise auf Umfragen aufgebaut.²⁸ Nachdem er dieses Instrument ein paar Jahre lang vernachlässigt hatte, griff er erst Anfang der vierziger Jahre, zur Sondierung der Meinungen wegen des Eintritts in den Zweiten Weltkrieg, wieder darauf zurück.²⁹ Neben ihm setzte insbesondere das Militär auf Forschungen in einer Verbindung von Umfrageforschung und Psychologie und brachte dazu die verschiedenen Forscher und kommerziellen Anbieter der Meinungsforschung aus Großbritannien und den USA zusammen.³⁰ Da die Stimmung der Bevölkerung als Schlüssel zum militärischen Erfolg betrachtet wurde, erfuhr sie besondere Aufmerksamkeit: Die Survey Division des Office of War Information (OWI) hatte eine Scharnierfunktion zwischen Untersuchungen und Regierung inne. Sie organisierte unterschiedliche Untersuchungsprogramme zur Beobachtung der Auswirkungen des Krieges auf die Bevölkerung, auch ein Untersuchungsprogramm im militärischen Apparat selbst.³¹ Mit der Durchführung der Untersuchungen, die beim Office of Public Opinion Research des National Opinion Research Center (NORC) angesiedelt waren, wurden ab 1941 verschiedene Forscher und kommerzielle Institute beauftragt, zum Beispiel Floyd Allport und George Gallup. Das zentrale Interesse der Forschung bestand in der Beobachtung der »morale« (ungefähr zu übersetzen mit »Durchhaltevermögen«), der Bevölkerung, das ebenso den Zustimmungsgrad zur Politik der Regierung beinhaltete.³²

²⁵ Osborne und Rose kommen in ihrer Analyse in Anlehnung an Bruno Latour zu dem für die historische Entwicklung geisteswissenschaftlicher Disziplinen ungewöhnlichen Schluß, daß die Demoskopie sich Ende der dreißiger Jahre nach dem Modellfall der Naturwissenschaften entwickelte und über die eigendynamische Entwicklung an ihren disziplinären Status gelangte. Vgl. T. OSBORNE/N. ROSE, *Social Sciences*, 1999, S. 373f.

²⁶ Vgl. ebd., S. 381.

²⁷ Vgl. u. a. A. DESROSIÈRES, *Politics of large Numbers*, 1998, S. 197–203.

²⁸ Vgl. M. G. HOLLI, *Wizard of Washington*, 2002, S. 39–56.

²⁹ Vgl. für die Anfänge des systematischen »Presidential Polling« in der Außenpolitik Roosevelts, S. CASEY, *Cautious Crusade*, 2001; R. M. EISINGER, *Evolution of Presidential Polling*, 2003.

³⁰ Dies ist auch an den Inhaltsverzeichnissen der *Public Opinion Quarterly* abzulesen, in der die Ansätze und empirischen Erkenntnisse sofort in den wissenschaftlichen Diskussionskreislauf eingespeist wurden.

³¹ Dies war der einzige Bereich, der nicht in den direkten Austausch zwischen den Wissenschaftlern fiel; jedoch war auch hier eine angloamerikanische Querverbindung zu finden. Vgl. J. PLATT, *Anglo-American contacts*, 1991, S. 343f.

³² T. OSBORNE/N. ROSE, *Social Sciences*, 1999, S. 380f.

Insbesondere die Zusammenarbeit zwischen britischen und amerikanischen Meinungs- und Sozialforschern verstärkte durch die zahlenmäßige Vergrößerung des Forschungspotentials den katalytischen Effekt. In Großbritannien hatte sich bereits vor dem Krieg Meinungsforschung in diversen Ausrichtungen etablieren können. 1936 hatte die BBC eine eigene Forschungsabteilung zur Hörerforschung gegründet und somit die Vorreiterrolle in der Medien- und Mediennutzungsforschung übernommen, die auch auf den Bereich der Wirkungsforschung ausstrahlte. Ein Jahr später erfolgte die Gründung eines Gallup-Instituts auf der britischen Insel; weitere Institute ergänzten das Spektrum. Das 1937 in London privat etablierte Institut »Mass Observation« war für die Kriegspsychologen von besonderem Interesse, da es ethnologisch-anthropologische mit quantitativen Methoden verband.³³ Die britische Regierung nutzte gleich nach der Gründung des Ministry of Information 1939 die Möglichkeiten dieser vorhandenen Forschung und Dienstleistungen. Untersuchungen zum Durchhaltewillen gelangten bald ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Ab 1941 wurden in dem auf Samplingmethoden aufbauenden »Wartime social survey« sowie in anderen Untersuchungen alle bis dahin zur Verfügung stehenden Institute zusammengekoppelt.³⁴ Diese wurden wiederum mit amerikanischen Forschern zusammengebracht, um sich zu koordinieren, gegenseitig voneinander zu profitieren und weitere Untersuchungen zu unternehmen. So entstanden Querverbindungen zwischen britischen und amerikanischen Sozialwissenschaftlern, die ihre jeweils kleinen scientific communities der sozialwissenschaftlichen Forschung durch ihren Austausch untereinander, aber auch mit kommerziellen Instituten gegenseitig stärkten.³⁵

Diese parallele Ausrichtung auf die Einstellungen der eigenen Bevölkerung übertrug sich im Verlauf des Krieges auf das Interesse an der deutschen Bevölkerung. Sie transferierten ihr gemeinsames Erfahrungswissen auf die gegnerische Bevölkerung, um zu erfahren, was in den Köpfen der Deutschen vorging. Großbritannien und die USA, später dann auch Frankreich, waren inzwischen erfahren in der Umfragetechnik und nutzten sie im Rahmen der psychologischen Kriegführung ab 1942 als Instrument der Informationsbeschaffung. Sie führten Interviews mit Kriegsgefangenen und Zivilisten hinter den gegen Deutschland vorrückenden Kampflinien, um mehr über die mentalen Dispositionen der Gegner und ihre Schwächen zu erfahren.³⁶ Außerdem setzten die Briten gleichzeitig deutsche Emigranten als Interviewer bei deutschen Kriegsgefangenen ein. Die dort entwickelten Persönlichkeitsstudien

³³ Vgl. J. PLATT, *Anglo-American contacts*, 1991, S. 345; für Einbeziehung vgl. A. CALDER/D. SHERRIDAN (Hrsg.), *Speak for yourself*, 1984, S. 75.

³⁴ Vgl. T. OSBORNE/N. ROSE, *Social Sciences*, 1999, S. 380 f.

³⁵ Eine vorbereitende Rolle hatten dabei die in der Zwischenkriegszeit angestoßenen Austauschprogramme von Sozialwissenschaftlern mit Geldern der Rockefeller Foundation besessen. Ebenso spielten Netzwerke der Emigranten und die Verbreitung ihrer methodischen Ansätze eine Rolle. Vgl. J. PLATT, *Anglo-American contacts*, 1991.

³⁶ Vgl. den autobiographischen Erfahrungsbericht eines amerikanischen Psychologen: S. K. PADOVER, *Lügendetektor*, 1999; für den Einsatz von Psychologen generell L. RAPHAEL, *Zweierlei Kriegseinsatz*, 2001; P. MARQUARDT-BIGMAN, *Geheimdienstanalysen*, 1995, S. 169–196.

wurden in einer eigenständigen Untersuchungseinheit bis 1946 (auch in Deutschland) fortgesetzt. Sowohl das dort entwickelte Klassifizierungsschema als auch die Studien selber fanden Eingang in den Entnazifizierungsfragebogen.³⁷

Im jeweils eigenen Apparat strengten die westlichen Alliierten nach dem Ende des Krieges Untersuchungen zu verschiedensten Aspekten an, die von konkret lebensweltlichen Fragen wie der Ernährung über die Nutzung von Medien bis zu politischen Einstellungen reichten. Dabei verknüpfte sich das Interesse an den Einstellungen der deutschen Bevölkerung mit ihrer Demokratiefähigkeit und Bereitschaft zum Wandel. In dieser Absicht nahm die Sozialforschung der Alliierten und vor allem der Amerikaner eine zentrale Stellung in den Überlegungen zur Re-Education ein. Mit Hilfe von Umfragen sollte geklärt werden, was die Deutschen empfanden, dachten und wie sie den Alliierten gegenüberstanden. Sie befanden sich insbesondere mit den Fragen nach der Konstituierung ihrer Meinungen methodisch und im Hinblick auf das Fragebogendesign in der Tradition der Untersuchungen zur »morale«, nur daß hier nicht der Durchhaltewillen und die Ansatzpunkte zu seiner Verbesserung im Mittelpunkt standen, sondern das Gegenteil: Ziel der Untersuchungen war eine Unterrichtung über die Befindlichkeit der deutschen Bevölkerung, über deren Analyse zunächst ein möglicher Zugang zur propagandistischen Bearbeitung, später dann ein Zugang zur Umerziehung und Demokratisierung gefunden werden sollte. Zwischen 1945 und 1949 verschoben sich die Aufgaben der Meinungsforschung von einem reinen Wissensbedarf hin zur Bearbeitung, zunächst für einen Sieg, dann zur Umerziehung. Ab 1947 erfuhr eine politische Dimension der Umfragemethode Auftrieb. Die Meinungsforschung wurde symbolisch aufgeladen, indem sie als Methode einer demokratischen Regierungsform fungierte; eine solche Dimension hatte bis dahin keine Rolle gespielt.³⁸

Die drei westlichen Alliierten betrieben Meinungsforschung entlang der Konfrontationsstellung des Kalten Krieges. Als einzige alliierte Großmacht zeigte die Sowjetunion keinerlei Interesse an empirischer Sozial- oder Meinungsforschung. Sie entdeckte diese zwar in den fünfziger Jahren, doch in der DDR wurde sie erst in den sechziger Jahren angewandt, Ende der siebziger Jahre aber wieder eingestellt.³⁹ Während die Briten und die Amerikaner nach Beendigung des Krieges mehr oder weniger eng in Fragen der Meinungsforschung zusammenarbeiteten, gingen die Franzosen ihren eigenen Weg in der Demoskopie, was nicht ohne Reibungen abging. Dem Bemühen zu einer Zusammenarbeit standen die grundsätzlich unter-

³⁷ Vgl. H. BRAUN/M. ZÖRKLER/P.-L. GRUNDHÖFER u.a., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der britischen Besatzungspolitik, 1989, S. 14 ff.

³⁸ Vgl. für diese Perspektive auf die amerikanische Meinungsforschung in Westdeutschland zwischen amerikanischer Wunschvorstellung einer Demokratisierung und der Realität der eher klischeehaft geschilderten deutschen Soziologie, D. J. STALEY, *In whose Image?*, 1993, insbes. S. 105–131.

³⁹ Vgl. H. NIEMANN, *Hinterm Zaun*, 1995. Meinungsforschung wurde in der DDR neben der Meinungsforschung beim Zentralkomitee der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands hauptsächlich beim Zentralinstitut für Jugendforschung in Leipzig unternommen. Vgl. F. FRIEDRICH, *Geschichte des Zentralinstituts*; für die Zuschauer- und Hörerforschung in der DDR vgl. M. MEYEN, *Kollektive Ausreise?*, 2002 und ders., *Einschalten*, 2003.

schiedlichen Auffassungen von empirischer Sozialforschung und Beleuchtung psychologischer Bedingungen von Verhaltensweisen entgegen: Während die Franzosen einen psychologisch-qualitativen Ansatz bevorzugten, bestanden die britisch-amerikanischen Meinungsforscher auf einen streng sozialwissenschaftlichen Ansatz. So verblieb die Zusammenarbeit bei den Briten und Amerikanern, die sich auf gemeinsamen Treffen der Abteilungsleiter gegenseitig unterrichteten und koordinierten, obwohl auch hier unterschiedliche Auffassungen zutage traten. So zeigten Bemühungen zur Vereinheitlichung der Fragestellungen mit einer Ausnahme keinen Erfolg.⁴⁰

In Frankreich wurde Meinungsforschung ebenfalls bereits in den dreißiger Jahren angewendet, auch wenn die politische Demoskopie erst in den sechziger Jahren zum Durchbruch gelangte.⁴¹ Das Interesse der Franzosen an dieser Form der Beobachtung konzentrierte sich jedoch auf die psychologisch-qualitativen Aspekte. Folgerichtig erhielt die erste Einrichtung der Militärregierung den Namen »Sozial-psychologisches Institut«. In dieser Abteilung der Direction de l'Information arbeiteten Deutsche mit, die sich bei den Befragungen als Mitarbeiter eines deutschen Forschungsinstituts auszugeben hatten.⁴² Gleichzeitig führte seit 1946 die Section d'Enquetes Pédagogique als Abteilung der Division de l'Education Publique Umfragen und Untersuchungen zur Jugend durch und verlagerte den bisherigen Schwerpunkt der Informationsbeschaffung über die Meinungen der deutschen Bevölkerung auf den der Erziehung; diese Jugendabteilung wurde erst 1948 mit Erwachsenen-umfragen erweitert und aufgrund der Öffnung der Demarkationslinie auf alle drei westlichen Besatzungszonen ausgeweitet. In den folgenden Untersuchungen ging es zusätzlich um spezifische Interessen an Meinungsführern und der Presse. Im Rahmen des Aufbaus der Jugendsektion trat der Divisionsleiter, Bernard Lahy, Ende 1946 an das sich gerade in Gründung befindende Institut für Demoskopie in Allensbach, das mit einem Lizenzantrag in der amerikanischen Zone gerade gescheitert war⁴³, heran und erteilte ihm von 1947 an Aufträge über spezifische Jugendumfragen.⁴⁴ Die anderen Untersuchungen wurden weitgehend von den Franzosen selbst durchgeführt, wie von dem Sozial-Psychologischen Institut für das Saarland und von der Forschungsstelle für Volkpsychologie, einem 1947 in Konstanz an der Section

⁴⁰ Vgl. für die französische Seite H. BRAUN/M. ZÖRKLER/P.-L. GRUNDHÖFER u.a., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der französischen Besatzungspolitik, 1989, S. 10 f.; vgl. für das britisch-amerikanische Verhalten dies., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der britischen Besatzungspolitik, 1989, S. 21 ff.

⁴¹ Vgl. L. BLONDIAUX, La fabrique de l'opinion, 1998, S. 289–376; J. COWANS, Fear and Loathing, 2002.

⁴² Vgl. H. BRAUN/M. ZÖRKLER/P.-L. GRUNDHÖFER u.a., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der französischen Besatzungspolitik, 1989, S. 8, 10.

⁴³ Vgl. K. BACHERER, Infratest, 1987, S. 33. Zuvor war bereits eine Bewerbung des Ehepaars beim Counter-Intelligence Corps ergebnislos verlaufen. Vgl. C. SIMPSON, Noelle-Neumann's »Spiral of Silence«, 1996, S. 160.

⁴⁴ Laut Elisabeth Noelle-Neumann ist die Gründung des Instituts sogar auf das Drängen Lahys zurückzuführen. Vgl. E. NOELLE-NEUMANN, Lehrer und Schülerin, 1998, hier S. 43 f.

d'Enquetes Pédagogique mit deutschen Mitarbeitern eingerichteten Institut. Das Institut gab ab 1949 ein eigenes Presseorgan (*Unsere Meinung*) heraus, mit dessen Hilfe die deutsche Bevölkerung über Umfragen und die Arbeit der Meinungsforschung als Mittel zur Förderung der Demokratie aufgeklärt werden sollte.⁴⁵

Ein ähnlicher Ablauf in Etablierung und Ausweitung der demoskopischen Beobachtung fand bei den anderen beiden Alliierten statt. Bei den Briten wurden neben der Abteilung zur psychologischen Kriegführung im Dezember 1945 in der Abteilung Internal Affairs eine eigene Einheit zur Sozialforschung, die Survey Branch, eingerichtet. Sie befaßte sich vornehmlich mit generellen Fragen der Lebenssituation der Deutschen, zu Beginn insbesondere mit Ernährungsfragen. Um die gewünschten Daten zu erhalten, wurden zensusähnliche Erhebungen durchgeführt und anhand der Lebensmittelkarteien, aus denen Stichproben gezogen wurden, weitere Umfragen unternommen.⁴⁶ Im Kontext dieser ersten Erhebungen nahm das 1945 in Bielefeld gegründete Institut Emnid seine Arbeit auf. Es unternahm für die britische Militärregierung beziehungsweise die Wirtschaftsverwaltung in Minden Umfragen zur demographischen Situation und zu dem Ernährungsbedarf in der Region, um entsprechende Versorgungsbedarfe zu ermitteln.⁴⁷ Bald gewannen Untersuchungen, die beim Opinion Survey Department unternommen wurden, an Bedeutung. Die Verschiebung zu der für Medienfragen zuständigen Public Relations and Information Services Control Group zeigte den neuen Aufmerksamkeitsschwerpunkt an. Im Zuge verschiedener Umorganisationen wurden alle betreffenden Einheiten Anfang 1947 zum Public Opinion Research Office (PORO) zusammengefaßt und der Control Commission for Germany unterstellt.⁴⁸ An den Standorten in Bielefeld, Hamburg, Hannover und Berlin arbeiteten Einheiten mit 200 deutschen Interviewern an monatlichen und vierzehntägigen Berichten zur »morale« und zu allen von anderen Abteilungen angefragten Themen.⁴⁹ Die Arbeit von PORO wurde jedoch bereits im Oktober 1948 beendet und die Einheit 1949 aufgelöst. Mit ihr wurde die bereits seit 1945 etablierte *British Zone Review* (Untertitel: A monthly review of the activities of the Control Commission for Germany), die ähnliche aufklärerische Ziele wie ihr

⁴⁵ Vgl. für Institute H. BRAUN/M. ZÖRKLER/P.-L. GRUNDHÖFER u. a., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der französischen Besatzungspolitik, 1989, S. 9. Zur Bundestagswahl 1949 erschien die Untersuchung F. LORENZ (Hrsg.), Schwerpunkt der Wählermeinung, 1949. Es wurde auch über Umfragen der anderen Besatzungsmächte berichtet, die bereits zuvor in einzelnen Fällen von den französischen Alliierten übersetzt worden waren.

⁴⁶ Vgl. H. BRAUN/M. ZÖRKLER/P.-L. GRUNDHÖFER u. a., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der französischen Besatzungspolitik, 1989, S. 26 f.

⁴⁷ K.-G. STACKELBERG, Souffleur auf politischer Bühne, 1975, S. 14.

⁴⁸ Vgl. für organisatorische Zuordnungen auch A. M. BIRKE/H. BOOMS/O. MERKER (Hrsg.), Akten der britischen Militärregierung, 1993, hier S. XIVf.

⁴⁹ Sie unternahm auch Umfragen für internationale Organisationen wie die UNESCO. Vgl. H. BRAUN/M. ZÖRKLER/P.-L. GRUNDHÖFER u. a., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der britischen Besatzungspolitik, 1989, S. 21; für Interviewer vgl. dies., Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der französischen Besatzungspolitik, 1989, S. 18.

französisches Pendant verfolgte und als deren Vorbild gelten kann, eingestellt.⁵⁰ Aus der Hamburger Einheit ging das Deutsche Institut für statistische Markt- und Meinungsforschung (DISMA) hervor, daß sich jedoch anscheinend nur kurze Zeit auf dem noch dürftigen Markt halten konnte.⁵¹

Die Amerikaner etablierten ihre sozialwissenschaftliche Forschung in ihrer Zone frühestmöglich durch die Abteilung der psychologischen Kriegführung im April 1945.⁵² Solange die statistische Erfassung der Bevölkerung mit herkömmlichen Mitteln nicht möglich war, versuchte die Psychological Warfare Intelligence auf alle möglichen Weisen (Stichproben aus Lebensmittelkarten, Befragung aller Menschen, deren Namen mit einem bestimmten Buchstaben beginnt etc.), Querschnittsgruppen der Bevölkerung zusammenzustellen, um so repräsentative Samples für ihre Frageinteressen, die sich zum Beispiel auf die Wirkungsweise ihrer Hörfunksender erstreckten, zu erhalten. Mit der Einrichtung der amerikanischen Militärregierung (OMGUS) wurde im Oktober 1945 die Opinion Surveys Branch (Opinion Survey Section) eingerichtet, die bezeichnenderweise ihre Zuverlässigkeit an einer Wahlbeteiligungsprognose zu den ersten Wahlen nachweisen mußte.⁵³ Das Personal stammte aus dem United States Strategic Bombing Survey. Dessen Aufgabe, herauszufinden, wie die deutsche Bevölkerung mit der Bombardierung der Städte umging und welche psychologischen Folgen zu beobachten waren (Untersuchungen zur »morale«), war im Herbst 1945 erfüllt gewesen. Die Sektion wurde im April 1949 noch vor der Umwandlung zu HICOG umorganisiert, in Reactions Analysis Staff umbenannt und unter die direkte Leitung des Direktors des Office of Public Affairs gestellt.⁵⁴ Ab diesem Jahr wurden verstärkt deutsche Interviewer bei HICOG ausgebildet, nachdem solche bereits seit Juni 1945 teilweise für die »Feldarbeit« – die Interviews – eingesetzt worden waren. Sowohl aus sprachlichen Gründen wie aus politischen Erwägungen erschien, mit Blick auf die absehbare politische Eigenständigkeit Westdeutschlands, der Einsatz deutscher Interviewer als sinnvoll. Hintergrund dafür, ebenso wie der Einsatz deutscher Interviewer und der Behauptung, von einem deutschen Institut zu kommen bei den anderen Alliierten, bildete. Schließlich war die »amerikanische Wissenschaft« nicht allzu beliebt bei den Deutschen. Seit sie mit dem Entnazifizierungsbogen und den Fragen der Alliierten konfrontiert gewesen waren, war der Fragebogen beziehungsweise die Demoskopie schnell zu einem Symbol der Niederlage 1945 und der Unterwerfung und Kontrolle

⁵⁰ Vgl. für die Beendigung der britischen Demoskopie »Mr. Gallup ist uns böse«, Telegraf vom 31. 10. 1948.

⁵¹ Vgl. für die Gründung »Auf Gallups Spuren«, Hannoversche Neueste Nachrichten vom 11. 6. 1949.

⁵² Vgl. (den auf amerikanischer Seite beteiligten) M. RALIS, Erfahrungen aus der Praxis, 1953, S. 15–30.

⁵³ Vgl. H. BRAUN/S. ARTICUS, Sozialwissenschaftliche Forschung, 1984, S. 706; vgl. für die Frage der Wahlbeteiligung als Bewährungsprobe F. W. WILLIAMS, Foreword, 1970, S. XIX.

⁵⁴ Die Opinion Survey Branch wurde in diesem Rahmen nach Bad Nauheim verlegt. Vgl. für die Organisation der OMGUS C. WEISZ (Hrsg.), OMGUS-Handbuch, 1994, hier S. 76 ff., 100, 115 f.

der Besetzung geworden.⁵⁵ Dementsprechend hatte es bei den Amerikanern bereits 1947 erste Überlegungen zur Ausgliederung gegeben. Eine bereits im November 1948 in Berlin durchgeführte und später ausgeweitete Umfrage hatte auf die Frage, ob Interviewer im Auftrag amerikanischer Stellen andere Antworten erhielten als Interviewer deutscher Institute, Verzerrungen in beide Richtungen ausgewiesen.⁵⁶ Mitte 1951 wurde der Interviewerstab in ein von Deutschen geleitetes Institut, dem Deutschen Institut für Volksumfragen (DIVO), überführt.⁵⁷ DIVO warb aber nicht damit, daß es von dem Zeitpunkt der Gründung an die Untersuchungen der HICOG im Feld umsetzte. Daß sich die Verbindung zu den Amerikanern nachteilig auswirken konnte, erwies sich im Jahr 1953, als sich der Leiter des Instituts für diese Tätigkeit im Rahmen einer bekannt gewordenen Studie zum latenten antisemitischen Potential rechtfertigen mußte.⁵⁸ Die Amerikaner führten im Gegensatz zu den anderen Alliierten ihre Meinungsforschung mit Hilfe von DIVO zwar sogar bis 1955 offiziell fort, reduzierten aber den Umfang immer weiter, bis sie schließlich ab 1955 wieder in Eigenregie Meinungsforschung betrieben, die nun an der amerikanischen Botschaft in Bonn angesiedelt war.⁵⁹ Parallel entwickelte DIVO im Laufe der fünfziger Jahre seinen Schwerpunkt in der Marktforschung.

In den geschilderten verwaltungstechnischen Veränderungen traten sowohl die politische Entwicklung der erneuten Staatsbildung Deutschlands als auch die veränderte Aufgabe der westlichen Alliierten in Deutschland deutlich hervor. Die anfängliche ›Kontrolle‹ von Meinungsbildung, Reaktion auf die Besetzung und dem Wissensstand in der deutschen Bevölkerung wurde zu einer subtileren Informationspolitik umgebaut, in der die Re-Education als Umerziehung zur Demokratie einer Umorientierung der Politik und damit des Forschungsinteresses auf eine Unterstützung des Anti-Kommunismus wich. In diesem Sinne verschob sich der Beobachtungsfokus der amerikanischen Meinungsforschung in Deutschland: Hatten zunächst die Lebensumstände und dann Umerziehungsmöglichkeiten beziehungsweise die Demokratisierungspotentiale und Persönlichkeitsstrukturen der deutschen Bevölkerung im Fokus gestanden, gewann ab 1947 die Ausrichtung an der Verstär-

⁵⁵ Vgl. J. DOSPASSOS, Land des Fragebogens, 1999. Vor allem für Rechtsintellektuelle wurde der Fragebogen zu einem umstrittenen Symbol: Vgl. E. v. SALOMON, Der Fragebogen, 1951.

⁵⁶ Vgl. L. P. CRESPI, Influence of Military Government Sponsorship, 1950; sein Vorgänger (Frederick Williams) widersprach ihm in der Deutung, vgl. D. J. STALEY, In whose Image?, 1993, S. 115 ff., 120.

⁵⁷ Das in Frankfurt am Main ansässige Institut wurde von den ersten fünf deutschen Interview-Gruppenleitern des Reactions Analysis Staff gegründet: Erich Lippold, Heinz Löchner, Alfons Raab, Woldemar Walter, Jürgen Weisker; als Gesellschafter kamen später Peter Schmitt und Gerhard Baumert hinzu. Vgl. W. SCHAEFER/M. MILLER, Schwierigkeiten der Umfrageforschung, 1998; »Blick zurück: DIVO-Frankfurt – Schließung wahrscheinlich im Dezember«, in: Context Nr. 309/1977 (20. 8. 1977). Weisker und Löchner publizierten 1950 ein Handbuch, in dem sie die Meinungsforschung als demokratisches Instrument und Regierungshilfe propagierten: J. WEISKER/H. LOECHNER (Hrsg.), Praktikum der Meinungsforschung, o. D. [1950], hier S. 18 f.

⁵⁸ Vgl. dazu auch Kap. 5.1, S. 447.

⁵⁹ Vgl. H. H. FISCHER/F. BAUSKE, Anfänge der empirischen Sozialforschung, 1984.

kung des Anti-Kommunismus an Gewicht.⁶⁰ In diesem Sinne wurde beispielsweise die Information *Control* in Information *Service Division* symbolisch umbenannt.⁶¹ Dementsprechend wurden Mittel gestrichen und anders gewichtet, so daß die empirische Sozialforschung der Amerikaner wie der Alliierten insgesamt als von rein militärischen und/oder politischen Instanzen der Militärregierung bestimmt angesehen werden muß.⁶² Die indirekte Unterstützung des Aufbaus eigener Strukturen rückte spätestens 1949 mit der Aussicht der neuen Staatsbildung Westdeutschlands ins Zentrum der Bemühungen. In der Annahme, daß allein die Anwendung der Demoskopie die Demokratie als eine demokratische Praxis verstetigen und fördern würde, bemühten sie sich im folgenden um eine wissenschaftlich-disziplinäre Stärkung der Demoskopie, wie sie zeitgleich in den USA als universitäre Survey Research stattfand.

2. Anfang und Entwicklung der Meinungsforschung in der Bundesrepublik

Für politische Meinungsforschung gab es zunächst keinen Markt, geschweige denn ein Interesse der Institute an politischen Umfragen. Alle Meinungsforschungsinstitute, die sich ab 1945 gründeten, waren daher auf Marktforschung, die zunächst ebenfalls einen schweren Stand hatte, angewiesen. Die ersten Anzeichen des Wirtschaftswunders ließen dann Marktforschungsinstitute wie Pilze aus dem Boden schießen. Die sich in eine Konsumgesellschaft verwandelnde Nachkriegsgesellschaft der Bundesrepublik bot sich in vielfältiger Weise für Untersuchungen mit Blick auf ihre konsumorientierten Verhaltensweisen an, zumal die Potentiale eines freien, von »Anschaffungszwängen« begleiteten Konsumverhaltens mit erreichter Vollbeschäftigung und spürbarem Anstieg der Löhne am Ende der fünfziger Jahre sichtbar wurden.¹ Auch die sich mit politischer Meinungsforschung profilierenden Institute sind bis heute von der dominierenden Marktforschung abhängig, woran auch die Alternative, sich Leser- und Hörerforschung (später auch Zuschauerforschung) als Finanzierungsquelle zu erschließen, nichts geändert hat. Der Anteil politischer Umfragen beläuft sich nach ausschließlich freiwilligen Angaben der Institute auf circa fünf bis 20 Prozent, wobei die Grenzziehung zwischen politischen und kommerziellen Aufträgen einen großen grauen Bereich besitzt, zumal alle Organisationen politische

⁶⁰ Vgl. Überblick bei H. BRAUN/S. ARTICUS, Sozialwissenschaftliche Forschung, 1984.

⁶¹ Vgl. C. WEISZ (Hrsg.), OMGUS-Handbuch, 1994, S. 79.

⁶² Bislang lag der Forschungsschwerpunkt zur Umfrageforschung der Alliierten auf Entscheidungsstrukturen und Institutionen. Mit Blick auf den Zusammenhang vom herrschenden Deutschlandbild, möglichen Verschiebungen durch die Beobachtung der Bevölkerung und Handlungen der Alliierten existiert recht wenig. Hier stellen die amerikanischen Umfragen die am umfangreichsten erforschten dar. Vgl. den Überblick bei A. J. MERRITT/R. L. MERRITT, *Public Opinion in Occupied Germany*, 1970; dies., *Public Opinion in Semisovereign Germany*, 1980; neu zusammengestellt mit einer noch stärkeren Betonung der positiven demokratisierenden Folgen: R. L. MERRITT, *Democracy Imposed*, 1995.

¹ Vgl. diese Entwicklung bei M. WILDT, Beginn der »Konsumgesellschaft«, 1994.

Demoskopie betreiben können, wie es gleich zu Beginn der fünfziger Jahre »Die Waage«, ein Zusammenschluß von Unternehmen, das die Bundesregierung unterstützen wollte, mit ihren Aufträgen für das IfD vormachte.²

Die mühsamen Anfänge der Meinungsforschung lassen sich gut an den Entwicklungen der drei wichtigsten Institute in der Nachkriegszeit nachzeichnen.³ Das bereits 1945 gegründete Institut Emnid begann mit Umfragearbeiten als grundsätzliche Erfassungshilfe der ersten Nachkriegsbedürfnisse sowohl für die britische Militärverwaltung als auch für das Rote Kreuz. Aus den Berichten des Gründers Karl-Georg Graf von Stackelberg über seine Werbungsreisen zwischen 1948 und 1951 geht hervor, wie schwierig es war, die Firma als Unternehmen der Meinungsforschung an die verschiedenen Abnehmer in Wirtschaft, Medien und Politik zu bringen.⁴ Neben den Bemühungen um die Marktforschung versuchte er, durch internationale Kontakte Renommee und neues Wissen zu Methoden der Meinungsforschung zu erlangen. So verhalf ihm der Leiter der in Bielefeld beheimateten PORO, James Robertson White, mit dem Stackelberg gut bekannt war, zu seiner ersten Auslandsreise auf einen Kongreß der Marktforscher 1949 in Paris.⁵ Die daraus entstandenen Kontakte nutzte er, um George Gallup auf dessen erster Deutschlandreise 1949 in sein Institut einzuladen.⁶ Emnid konnte sich erst allmählich mit Hilfe des von Stackelberg aufgebauten Netzwerks von Bekannten, die ihm zu Aufträgen verhalfen, auf dem Markt behaupten. Die ersten Jahre waren von einer durchgängig prekären Finanzlage gezeichnet, wie aus der umfangreichen Korrespondenz Stackelbergs, die er mit den Mitarbeitern während seiner Reisen führte, hervorgeht. Stackelberg konnte sich jedoch die Hilfe der Amerikaner geschickt zu Nutze machen. Es gelang ihm, in ein Besuchsprogramm von Sozial- und Meinungsforschern in den USA aufgenommen zu werden, wo er sich dann im Juli und August 1950 aufhielt.⁷ Im Gegenzug versuchte er, den Kontakt zu den Amerikanern über Vereinbarungen zur Weiterbildung und eigene Angebote aufrecht zu erhalten, indem er zum Beispiel Vorträge bei den Interviewer-Schulungen der Reactions Analysis Staff hielt.⁸

² Das IfD hatte insbesondere in seiner Anfangsphase einen deutlich höheren Anteil an politischer Forschung aufzuweisen. Vgl. D. SCHINDELBECK/V. ILGEN, »Haste was, biste was!«, 1999, S. 231, Fn. 22; vgl. dazu auch die Fragen der Finanzierung der Regierungsumfragen, Kap. 2.1.c, S. 83f.

³ Infas fällt aufgrund seiner relativ späten Gründung 1959 nicht darunter. Vgl. für die Umstände dieser Gründung Kap. 3.2.

⁴ Diese Berichte befinden sich als eine Art stichwortartig geführtes Reisetagebuch in seinem Nachlaß: NL Karl-Georg Graf von Stackelberg, Zu 5–41.

⁵ White beherbergte ihn auch in seinem Haus in London, als Stackelberg 1950 dort zu einem Kongreß reiste. Nach der Auflösung der PORO 1949 hatte White eine eigene Markt- und Meinungsforschungsfirma gegründet. Als er diese aufgrund einer Anklage wegen Betrugs aufgab, übernahm Stackelberg 1950 als Mitarbeiterin die vormalige Leiterin dieses Instituts, die bereits bei PORO beschäftigt gewesen war. NL Stackelberg, Korrespondenz mit White, Zu 5–41.

⁶ Gallup kam tatsächlich zu Besuch nach Bielefeld. Vgl. NL Stackelberg, Zu 5–41.

⁷ Nachgewiesen ist dabei aufgrund der Briefadressierung nur ein Aufenthalt am Survey Research Center an der University of Michigan, Ann Arbor und in Washington beim Panel of governmental affairs and social science. Vgl. NL Stackelberg, Briefsammlung, Zu 5–43 und 3–19.

⁸ Vgl. NL Stackelberg, Reiseberichte, Zu 5–41; Reisebericht über Besuch bei HICOG am 6. 10. 1950.

Aber Stackelberg ging auf die Alliierten auch als potentielle Geldgeber zu. Der für die Konzeptionierung der Umfragen zuständige Prof. Dr. Friedrich Lenz sah in der empirischen Sozialforschung die Entwicklungsmöglichkeiten des Instituts. Er war in der Weimarer Republik ein bekannter Volkswirtschaftler gewesen und besaß viele Kontakte in die Wissenschaft hinein.⁹ Zusammen mit seiner Frau Margarete, ebenfalls bei Emnid leitend tätig, wies er Stackelberg auf die wissenschaftlichen Aspekte der Meinungsforschung und deren Entwicklung in Deutschland hin. Dabei bewiesen sie Gespür für mögliche Geschäfte im wissenschaftlichen Bereich. 1949 planten sie in Anbetracht von Gerüchten über zukünftige Gelder der Amerikaner die Gründung einer Spezialabteilung für Sozialforschung, um einen Abfluß des Geldes in universitäre Institute zu verhindern.¹⁰ Mit diesem parallelen Blick auf die amerikanischen Gelder und die Wissenschaft eröffnete sich für Emnid das Feld der politischen Meinungsforschung, das sich in den USA unlängst auch im wissenschaftlichen Bereich etabliert hatte.¹¹ Einen ersten Anlauf zur politischen Demoskopie hatte Emnid 1948 mit zwei regionalen Untersuchungen unternommen, doch versuchte es erstmals zur Wahl 1949, durch Vorwahluntersuchungen und Prognosen auf sich aufmerksam zu machen. Ebenso tat sich 1949 erstmals das zweite demoskopische Institut in den westdeutschen Zonen, das Institut für Demoskopie Allensbach, öffentlich hervor. Beide Institute bemühten sich um eine Präsenz in der Tagespresse, wobei Emnid nicht allein mit politischen Umfragen präsent war, sondern von Beginn an sein Profil als ein auf wirtschaftliche Fragen von Absatz, Konsum und Lebensstandard ausgerichtetes Institut schärfte.¹²

Das von dem Ehepaar Elisabeth Noelle-Neumann und Erich Peter Neumann Anfang 1947 mit französischer Hilfe aus der Taufe gehobene Institut unternahm nach einigen Aufträgen durch die französische Besatzung und Umfragen im Bereich der Marktforschung 1948 auch einen ersten Auftrag für den Wirtschaftsrat zur Währungsreform.¹³ Darüber hinaus engagierte sich das IfD im Bereich der Zeitungsleser- und Hörerforschung, was dem ursprünglichen Arbeitsfeld der Leiter sowie der wissenschaftlichen Beschäftigung Elisabeth Noelle-Neumanns entsprach, die 1939 beim Zeitungswissenschaftler Emil Dovifat über das Thema der Meinungsforschung in den USA promoviert hatte und deren weiterer Weg während des Nationalsozialismus umstritten ist.¹⁴ Sie verfolgte die Demoskopie als wissenschaftliche

⁹ Lenz hatte einen Lehrstuhl an der Hochschule für Arbeit, Politik und Wirtschaft in Wilhelmshaven inne, nachdem er 1948 Ost-Berlin verlassen und seinen Lehrstuhl an der Humboldt-Universität aufgegeben hatte.

¹⁰ Vgl. Briefe von Grete Lenz vom 14. 8. 1950, NL Stackelberg, Zu 5–43; weiterer Brief vom 28. 8. 1950, Zu 5–42.

¹¹ Vgl. generell J. M. CONVERSE, *Survey Research in the United States*, 1987.

¹² Vgl. z. B. K.-G. VON STACKELBERG, »Mann auf der Straße«, *Die Zeit* vom 25. II. 1948.

¹³ Vgl. zu den Aufträgen der Franzosen E. NOELLE-NEUMANN, *Political Opinion Polling*, 1983, 44 f.; für die Umfrage für den Wirtschaftsrat vgl. dies., *Perspektiven der Nüchternheit*, 1948; D. SCHINDELBECK/V. ILGEN, »Haste was, biste was!«, 1999, S. 73 f.

¹⁴ Vgl. E. NOELLE, *Meinungs- und Massenforschung in USA, 1940*. Neben ihrer Tätigkeit als Journalistin wird immer wieder die Möglichkeit eines Kontakts zum SD thematisiert. Während Simpson

Aufgabe zunächst im Rahmen empirischer Sozialwissenschaft weiter und wurde schließlich, nachdem sie ihr Doktorvater Anfang der sechziger Jahre als Gastdozentin für Vorlesungen an die Berliner Freie Universität geholt hatte, Professorin eines 1965 neu eingerichteten Lehrstuhls für Publizistik an der Universität Mainz.¹⁵

Der enge Nexus zu dem Fach Journalismus beziehungsweise Zeitungswissenschaft bestand gleichfalls bei anderen Meinungsforschungsinstituten. Die Meinungsforscher der »ersten Stunde« waren ehemalige Journalisten und Publizisten, die mehr oder weniger belastet von ihrer journalistischen Tätigkeit im Nationalsozialismus alte Kontakte nutzen oder neue knüpfen konnten, wobei ihnen ihre publizistischen Fähigkeiten zur Verbreitung ihres Namens und der Meinungsforschung zugute kamen. So war Stackelberg nach abgebrochenem Soziologie- und Volkswirtschaftslehre-Studium Journalist geworden und ebenso wie Elisabeth Noelle-Neumanns Ehemann Erich Peter Neumann als Kriegsberichterstatte in Osteuropa tätig gewesen.¹⁶ Das Ehepaar Neumann hatte zusammen bei der *Deutschen Allgemeinen Zeitung* und dem intellektuellen Vorzeigebblatt der Nationalsozialisten, *Das Reich*, gearbeitet.¹⁷ Insgesamt konnten sich Personen, die sich während des nationalsozialistischen Regimes mit der Beobachtung von Meinungen und Verhaltensweisen als Journalisten oder im staatlichen Auftrag – sei es nun an den Universitäten im Rahmen einer ersten Medienrezeptionsforschung oder im SD – beschäftigt hatten, in der bundesdeutschen Nachkriegsgesellschaft vor allem im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketing ansiedeln.¹⁸

Auch das als »Institut zur Erforschung der öffentlichen Meinung im Rahmen des zeitungswissenschaftlichen Instituts« an der Ludwig-Maximilians-Universität München gegründete Institut Infratest weist Parallelen zur Publizistik bereits im Namen auf.¹⁹ Jedoch war es 1947 von einer jungen Studentin der Zeitungswissenschaften, Luise Haslmayr, zusammen mit einigen anderen Studierenden der Zeitungswissen-

die Verbindung (mindestens ideologisch) nahe legt, weist Hachmeister allerdings die Ablehnung Noelle-Neumanns durch den SD, d. h. durch ein Gutachten Franz Alfred Six' in seiner Tätigkeit als Studentenfunktionär, nach. Vgl. L. HACHMEISTER, *Der Gegnerforscher*, 1998, S. 84. In ihren eigenen Darstellungen verweist Noelle-Neumann durchgängig auf die Ablehnung durch die Nationalsozialisten, nicht auf ihre eigene, und benutzt dafür das Gutachten von Six. Vgl. E. NOELLE-NEUMANN, *Lehrer und Schülerin*, 1998, S. 21; dies., *Fortschritt der Publizistikwissenschaft*, 1997; vgl. ihr widersprechende Annahmen bei C. SIMPSON, *Noelle-Neumann's »Spiral of Silence«*, 1996; L. BOGART, *Die Meinungsforscherin*, 1993; vgl. auch Kap. 1.1, Fn. 5.

¹⁵ Vgl. ihre autobiographischen Darstellungen E. NOELLE-NEUMANN, *Entwicklung der empirischen Sozialforschung*, 1992; dies., *Lehrer und Schülerin*, 1998.

¹⁶ Vgl. als Beispiel die einschlägigen Titel: H. REINECKER/K. G. V. STACKELBERG/W. UTERMANN, *Panzer nach vorn*, 1939; K. G. V. STACKELBERG, *Ich war dabei*, 1940; ders., *Ich will zurück nach Deutschland*, 1941; ders., *Jäger an Polens Himmel*, 1941; ders., *Legion Condor*, 1939.

¹⁷ Vgl. E. NOELLE-NEUMANN, *Entwicklung der empirischen Sozialforschung*, 1992, hier S. 41, 44.

¹⁸ Vgl. M. WEISS, *Journalisten*, 2002; L. HACHMEISTER/F. STIERING (Hrsg.), *Die Herren Journalisten*, 2002; L. HACHMEISTER, *Die Rolle des SD-Personals*, 2002.

¹⁹ Vgl. für einen Überblick über die Geschichte des Instituts K. BACHERER, *Infratest*, 1987, hier und im folgenden S. 23–46. Diese eigentlich kommunikationswissenschaftliche Arbeit ist die bislang einzige, die sich historisch mit der Unternehmensgeschichte im demoskopischen Bereich beschäftigt.

schaft gegründet worden. Sie unternahmen, unterstützt von dem Lehrstuhlinhaber des zeitungswissenschaftlichen Instituts, Karl d'Estes, seminarhafte Untersuchungen, die dann an verschiedene Zeitungen verkauft wurden, bevor sich die Arbeitsweise professionalisierte und sie Aufträge erhielten. Diese lagen wie bei den Anfängen der anderen Institute aufgrund der zonalen Grenzen zunächst im regionalen Umfeld. Sie bezogen sich beispielsweise auf die Stadt München sowie den bayrischen Rundfunk, für den sie ab 1948 die Hörerforschung aufbauten. Mit der Auftragsforschung wurde ab 1948 eine Ablösung von der Universität unternommen, die in der Umbenennung in »Institut zur Erforschung der Wirkung publizistischer Mittel« mündete. Zudem trennte sich die Hörerforschung von dem Institut. Eine Frau aus der Studentengruppe, Lena-Renate Ernst, übernahm ersteres und gründete die »Hörerforschung Ernst«. Bald kam die Ausweitung der Hörerforschung auf den NWDR hinzu; in einer Übergangszeit erfolgte dann die Übernahme der gesamten Auftragsforschung durch das Ehepaar Wolfgang und Lena-Renate Ernst, die das Institut erst 1955 in »Infratest Marktforschung und Sozialforschung KG« umbenannten. Dies bildete den Start in eine breiter angelegte Medien- und Marktforschung, die von der Fernsehforschung dominiert wurde, für die Infratest schließlich aufgrund der Messung der Zuschauerzahlen bekannt wurde. Das Institut betrieb ab dem Ende der fünfziger Jahre eine Expansionspolitik, die sich an vielversprechende Konsumforschungssparten wie die Automobilindustrie hielt, aber auch auf die politische Demoskopie ausgriff, so daß im Laufe der Jahre Tochterfirmen mit unterschiedlichen Ausrichtungen entstanden.

Durch die Arbeit auf den drei Feldern politische Demoskopie, Markt- und Publikumsforschung (Hörer, Leser, Zuschauer) ergaben sich vielfältige Kontakte und Konkurrenzsituationen unter den Instituten und deren Leitungen. So bemühte sich Luise Haslmayr 1947 vergeblich darum, Elisabeth Noelle-Neumann von der Gründung einer gemeinsamen Fachzeitschrift zu überzeugen. Außerdem traf die Hörerforschung Ernst beim NWDR auf Emnid, das daran ebenfalls Interesse zeigte; das IfD war bei den Rundfunkanstalten in Süddeutschland aktiv, aber gleichfalls an einer Ausweitung interessiert.²⁰ Hier zeigt sich, wie außerordentlich klein im Nachkriegsdeutschland der Kreis empirischer Sozialforscher war. Im Laufe der Jahre entwickelten sich aus den Konkurrenzsituationen, die auf allen Feldern annähernd so ausgeprägt war wie in der Hörerforschung, sogar Feindschaften wie beispielsweise bei Stackelberg und Noelle-Neumann. Gerade diese beiden Institute waren sich in ihrer Entwicklung wie in der Ausrichtung sehr ähnlich, so daß sie zu direkten Konkurrenten wurden, während Infratest noch einige Jahre für die Ausweitung auf weitere Umfragebereiche brauchte und dann ein anderes Selbstverständnis und Verhalten pflegte, das die Arbeit im Hintergrund bevorzugte und daher die Öffentlichkeit eher mied als gezielt aufsuchte. Die Unternehmenspolitik bestand darin, sich dadurch zu

²⁰ Vgl. NL Stackelberg, Reiseberichte 1950, Zu 5–41.

profilieren, daß das Institut absichtsvoll keine Wahlprognosen veröffentlichte und sich einen spezifischen Arbeitskodex der absoluten Transparenz auferlegte.²¹

Auf der Suche nach öffentlicher Profilierung trafen so zunächst Emnid und das IfD auf die Bemühungen der Amerikaner, zur Unterstützung der Demokratie Meinungsforschung in Deutschland zu etablieren. Leo Crespi, Leiter des Reaction Analysis Staff, spielte in diesen Bestrebungen eine zentrale Rolle. Als 1949 der direkte Einfluß durch das Ende der Lizenzpflicht und die Kontrolle durch die Ausweitung der demoskopischen Untersuchungen der jeweiligen Institute auf das gesamte Westdeutschland schrumpfte, und da die existente Soziologie nicht geneigt war, einfach die Methoden der empirischen Sozialforschung zu übernehmen, ging der Reactions Analysis Staff dazu über, explizit alle diejenigen zu fördern, die die von ihnen favorisierte Methode der wissenschaftlichen Beschreibung gesellschaftlicher Zusammenhänge und Wirklichkeit benutzen wollten.²² Crespi bemühte sich um eine infrastrukturelle Unterstützung der deutschen empirischen Sozialwissenschaft und Meinungsforschung, indem er die Kontakte zu deutschen Instituten pflegte, Querverbindungen herzustellen half und außerdem weiterhin die Qualität der deutschen Institute und ihrer Untersuchungen zu verbessern suchte. Dazu gehörten das Bewertungsprogramm durch amerikanische Wissenschaftler und die daraus erwachsende Förderung einzelner Institute und Forscher mit Hilfe von Besuchsprogrammen in den USA und der finanziellen Unterstützung durch Stiftungen.²³ Dieses 1948 in Gang gesetzte Austauschprogramm junger Wissenschaftler festigte sich und wurde zu einem integrierten Bestandteil akademischer Ausbildung, zwar nicht nur in den Sozialwissenschaften und in der Politikwissenschaft, aber hier aufgrund des umerziehenden Charakters insbesondere.²⁴

Leo Crespi arrangierte im März 1950 ein erstes Treffen von Vertretern verschiedener Institute aus Anlaß eines Vortrages von Friedrich Lenz, dem wissenschaftlichen Leiter von Emnid, um ihnen eine Tagung sowie ein Besuchsprogramm für die USA anzukündigen. Diese Pläne begründeten ein Netzwerk von Wissenschaftlern, die sich über die Methode der empirischen Sozialforschung und insbesondere der Meinungsforschung definierten und eine Interessengemeinschaft bilden sollten. Zur infrastrukturellen Unterstützung wurde das von der Hohen Kommission in Frankfurt am Main/Bad Nauheim 1949 ins Leben gerufene Institut für öffentliche Ange-

²¹ Vgl. dazu mehr in Kap. 3.5.

²² Er bestätigte diesen Kurs auf seinem Eröffnungsbeitrag der Tagung in Weinheim. Vgl. L. P. CRESPI, *America's Interest*, 1952.

²³ Für eine Liste der unterstützten Institute vgl. J. WEYER, *Westdeutsche Soziologie*, 1984, S. 355ff. Auf Crespis Verdienst verweist auch G. BAUMERT, *Stellung der Meinungsforschung*, 1958, hier S. 382f.

²⁴ Zuvor waren Seminare an deutschen Hochschulen (als Sommerschulen mit ausländischen Dozenten) organisiert worden. Aus einer dieser Sommerschulen ging eine Veröffentlichung hervor, die die Zurechnung der Meinungsforschung zur empirischen Sozialwissenschaft hervorhob: Vgl. M. RALIS, *Öffentliche Meinung*, 1948. Vgl. für eine kurze Beschreibung des durch HICOG und Rockefeller Foundation finanzierten Austauschprogramms (ab 1948 Fulbright Programm) J. WEYER, *Westdeutsche Soziologie*, 1984, S. 370–78.

legenheiten bestimmt, das Projekte zur Einstellungsforschung vorantreiben und eine Tagung vorbereiten sollte.²⁵ Der Zweck dieser Tagung bestand darin, die verschiedenen Vertreter der empirischen Sozialforschung – im weitesten Sinne gedacht mit Demoskopern und Statistikern – zusammenzubringen und sie dazu zu bewegen, eine gemeinsame Forschungsbasis zu vereinbaren, das heißt eine entsprechende Interessengemeinschaft zu gründen. Die Tagung in Weinheim im Oktober 1951 enttäuschte jedoch die Erwartungen der Amerikaner an die deutschen empirischen Sozialwissenschaftler, da sich zwischen den unterschiedlich ausgerichteten Beteiligten aus Forschung, Statistik und kommerzieller Demoskopie kein Kompromiß erzielen ließ.²⁶ Dies lag weniger in einer grundsätzlichen Problematik eines bereits mit der DGS vorhandenem Vertretungsanspruchs aller Soziologen wie Sozialforscher begründet, wie Weyer argumentiert, sondern in einer, wie von Adorno in seinem Tagungsreferat beschrieben, geteilten Positionierung gegenüber der Umfrageforschung zwischen demokratisch gesinnter Aufklärung und wechselseitiger Ablehnung der Meinungsforschung als wissenschaftlichem Instrument und Geschäft sowie einem Mißtrauen zwischen ihren jeweiligen Vertretern.²⁷ Aber auch wenn aus dieser Tagung kein Zusammenschluß der Meinungsforschungsinstitute hervorging, die sich nach kommerziellen und wissenschaftlichen Ausrichtungen getrennt erst 1953 (Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute, ASI) und 1955 (Arbeitskreis deutscher Markt- und Meinungsforschungsinstitute, ADM) zusammenfanden, wurde sie zu einem Symbol des gemeinsamen Anliegens der Meinungs- und Sozialforscher in der Bundesrepublik, wie eine Tagung in Heidelberg zum 30jährigen Jubiläum und eine zum 50jährigen 2001 in Weinheim zeigten.²⁸ Ebenfalls zeugt die Bezugnahme auf die Tagung im Rahmen eines ›Neuanfangs‹ der Markt- und Meinungsforschung im vereinigten Deutschland von der symbolischen Bedeutung dieser Tagung.²⁹ Doch sie hatte auch unmittelbare Bedeutung für die verschiedenen Institute. Mit dem Scheitern der Tagung und des gemeinsamen Projekts sowie der fehlgeschlagenen Einbindung in den akademischen Betrieb befand sich die

²⁵ Vgl. für allgemeine Informationen zum Institut M. MILLER, Report, 1952, S. 23.

²⁶ Vgl. C. WEISCHER, Unternehmen ›Empirische Sozialforschung‹, 2004, S. 2–18; für eine Zeitzeugenerinnerung vgl. E. NOELLE-NEUMANN, Entwicklung der empirischen Sozialforschung, 1992, hier S. 47f.

²⁷ Weyer konzentriert sich in seiner Argumentation zu stark auf Leopold von Wiese und damit auf die Rolle der DGS, die sicherlich zwar eine, aber nicht die entscheidende Rolle spielte. Vgl. J. WEYER, Westdeutsche Soziologie, 1984, S. 317–320; vgl. dagegen T. W. ADORNO, Empirische Sozialforschung, 1952.

²⁸ Auf der Tagung 1981 wurden die alten Auseinandersetzungen von den Beteiligten wieder hervorgeholt und als grundsätzliche Auseinandersetzung um die demokratische Funktion der Meinungsforschung ›nachgespielt‹. Vgl. Podiumsdiskussion [mit Wolfgang Ernst, Wilhelm Hennis, Elisabeth Noelle-Neumann und Leopold Rosenmayr], 1983, v.a. Hennis' Aussagen, S. 77. Auf der Tagung 2001 hingegen stand die Traditionsbildung aus der Erinnerung an die Tagung 1951 im Vordergrund. Vgl. H. SAHNER (Hrsg.), Fünfzig Jahre nach Weinheim, 2002, insbes. die Beiträge von L. v. FRIEDEBURG, Erinnerung an die erste Arbeitstagung, 2002; U. GERHARDT, Einfluss der USA, 2002.

²⁹ Vgl. D. JAUFMANN/E. KISTLER/K. MEIER u. a., Einstellungs-, Markt- und Meinungsforschung, 1992.

Wissensproduktion der Umfrageforschung von Beginn an in einem Zwischenbereich zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, bevor sie als spezifische Beobachtungsform der Politik in Westdeutschland entdeckt wurde. Zum einen wurden die Kontakte zwischen den Instituten tatsächlich gestärkt, andererseits aber die Konkurrenz gefördert.

Zu beiden Effekten trug noch eine weitere Dimension der Förderung durch die Amerikaner bei, vermittelt über das Institut zur Förderungen öffentlicher Angelegenheiten. Dessen wichtigster Kooperationspartner wurde das Frankfurter Institut für Sozialforschung. Wiedergegründet mit Mitteln der HICOG 1950, übernahm das Frankfurter Institut in enger Zusammenarbeit mit dem Nauheimer Institut sofort die inhaltliche Ausrichtung einzelner Projekte und in der Person Max Horkheimers die Begutachtung sozialwissenschaftlicher Institute.³⁰ In dieser Verbindung erfolgte die inhaltliche Vorbereitung eines von amerikanischer Seite als eminent wichtig erachteten Projekts, das unter der Leitung Horkheimers über das Thema der autoritären Persönlichkeit verschiedene Institute zur gemeinsamen Arbeit und Interessenausrichtung bewegen sollte, um die von den vorhandenen universitären Einrichtungen bislang stiefmütterlich behandelte Empirie und politische Demoskopie zu stärken. Die Zusammenarbeit zwischen Emnid und dem IfD, die für verschiedene Bereiche der Umfragen zuständig sein sollten, sowie den Frankfurtern und anderen Beteiligten lief anfangs problemlos. Das Projekt versandete jedoch, da die Pläne aufgrund zeitlicher Überlastung der Verantwortlichen und schrumpfender Gelder aus den USA nicht umgesetzt werden konnten. Daher führte das Institut lediglich seinen Teil der Studie durch.³¹ Aufgrund wegbrechender Finanzierung mußte 1952 darüber hinaus das Institut für öffentliche Angelegenheiten trotz verschiedener Bemühungen um seinen Erhalt geschlossen werden.³²

Damit war der Versuch, die empirische Sozialforschung zusammenzuführen und die Demoskopie als Teil der Sozialforschung zu etablieren, fehlgeschlagen. Allein Elisabeth Noelle-Neumann hielt an den wissenschaftlichen Plänen der Demoskopie fest. Sie hatte über das Projekt zunächst einen engeren Kontakt zu Adorno geknüpft, der ihr in seiner zunächst pro-demoskopischen Haltung sogar eine Habilitation bei ihm anbot, was sie jedoch ablehnte. Statt dessen schlug sie ihren Mitarbeiter Ludwig von Friedeburg vor, der bereits 1951 beim Frankfurter Institut ein Praktikum absol-

³⁰ Aus dieser Arbeit heraus entstand vermutlich der Bericht Horkheimers für den Kongreß in Washington zur deutschen empirischen Sozialforschung: M. HORKHEIMER, *Survey of the Social Sciences*, 1952.

³¹ Die Zusammenarbeit und die Bemühungen um ein Konzept und die Umsetzung seitens des Instituts für Sozialforschung, Stackelbergs sowie Noelle-Neumanns finden sich im Nachlaß Stackelbergs. Vgl. NL Stackelberg, Zu 5–43 und 3–19; Demirovic zeichnet die Bemühungen des Frankfurter Instituts um die Unterstützung der empirischen Sozialforschung in Zusammenarbeit mit dem Institut für öffentliche Angelegenheiten anhand eines Überblicks über die verschiedenen Projekte und des Kontextes nach: A. DEMIROVIC, *Der nonkonformistische Intellektuelle*, 1999, S. 339–355; R. WIGGERSHAUS, *Die Frankfurter Schule*, 1989, S. 479–483; vgl. für den Beitrag des Instituts F. POLLOCK, *Gruppenexperiment*, 1955.

³² Vgl. O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989, S. 375.

viert hatte und nun das IfD verließ.³³ Doch im Laufe der fünfziger Jahre veränderte sich die Konstellation zwischen Soziologie, empirischer Sozialforschung und der Bewertung der Meinungsforschung. Während die Technik der Umfragesforschung für verschiedenste Fragestellungen allgemein Fuß fassen konnte und sich auch im Rahmen der Politikwissenschaft und Soziologie als Wahlforschung langsam fortentwickelte, kippte die Bewertung seitens der Soziologen und Sozialforscher. So wandelte sich Adornos Haltung insbesondere zur Meinungsforschung. Er beklagte sich über die Reduktion auf Techniken und Methoden sowie die damit einhergehende Theorielosigkeit. Jedoch war ihm auf einer Tagung 1957 dann insbesondere das IfD, aber nicht allein aufgrund seiner Untersuchungen, auf den Magen geschlagen: »Nur die Noelle-Neumann hat so mindere Propaganda für ihren Laden gemacht, daß man es wirklich schon kaum mehr verantworten kann, sie zu so etwas zu bitten.«³⁴ Diese Ablehnung aufgrund der kommerziellen Verwertung und Publizitätsträchtigkeit wurde von René König geteilt. Er verhinderte in Übereinstimmung mit dem damaligen Präsidenten der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, Helmut Plessner, daß Elisabeth Noelle-Neumann die Demoskopie dort mit einem Fachausschuß etablieren konnte.³⁵ König meinte, sie würde sich aus rein geschäftlichen Interessen wissenschaftlich engagieren, und schrieb zur Begründung einer Ablehnung des Fachausschusses an Plessner:

»Wir hatten ja seinerzeit (ich glaube, es war Schelsky) schon zweimal abgewinkt, als Frau Noelle-Neumann damit vorstellig wurde. Jetzt hat sie sich nun mit Frau Pfeil zusammengesetzt, wobei sich die beiden Richtigen gefunden haben! Schön braun durchwachsen.«³⁶

Desweiteren warnte er Plessner vor ihrem Hang, alles zugunsten einer öffentlichkeitswirksamen Verwertung für ihr Institut einzusetzen. In der Ablehnung Noelle-Neumanns durch die Fachvertreter kulminierte die Abneigung gegen die kommerziellen Institute. In diesem Vorgang zeigte sich die gesamte Begründung des Scheiterns der Demoskopie als sozialwissenschaftlicher Disziplin, der die personelle Kontinuität aus dem Nationalsozialismus und eine grundlegende Ablehnung der kommerziellen wie öffentlichkeitswirksamen Verwertung, mithin eine Unterstellung der Ausnutzung wissenschaftlicher Legitimation zur unternehmerischen Tätigkeit, zugrunde lagen. Damit blieb die Reputation der Demoskopie als wissenschaftliche Disziplin unerreicht, wurde aber weiterhin in der öffentlichen Legitimation beansprucht, genauso wie die Rechtfertigung als Demokratiewissenschaft übernommen wurde. In dieser Hinsicht erfuhren die Demoskopiker konkrete Unterstützung, indem sie beispielsweise in das Bildungsprogramm der Amerikahäuser integriert wurden.

³³ Vgl. den Abdruck ihres Briefes an Adorno in E. NOELLE-NEUMANN, Entwicklung der empirischen Sozialforschung, 1992, hier S. 51f.; für Praktikumshinweis vgl. R. WIGGERSHAUS, Die Frankfurter Schule, 1989, S. 487.

³⁴ Zitiert nach A. DEMIROVIC, Der nonkonformistische Intellektuelle, 1999, S. 769.

³⁵ Vgl. hier und im folgenden R. KÖNIG, Briefwechsel, 2000, Briefwechsel Juli 1958, S. 266–272. In den folgenden Dekaden ergaben sich weitere Friktionen Noelle-Neumanns mit den Soziologen.

³⁶ Ebd., S. 269 f. Bei der besagten Partnerin handelt es sich um Elisabeth Pfeil, eine nationalsozialistisch belastete Soziologin.

Auf diese Weise konnten sie sich selbst ›fördern‹, indem sie regelmäßig Vorträge zur Funktionsweise und den demokratischen Aufgaben der Demoskopie hielten.³⁷

Doch trotz der Ablehnung der kommerziellen Demoskopie und des Scheiterns des IfD bei den Soziologen blieben vielfältige Beziehungen und Bezüge zwischen universitären und kommerziellen Instituten sowie zur Statistik bestehen, allerdings damit auch das Bedürfnis nach Abgrenzung.³⁸ Durch personelle Austauschbewegungen und gegenseitige Nutzung der universitären und kommerziellen Einrichtungen stellten sich Strukturen einer wechselseitigen, obschon unterschiedlich konnotierten Abhängigkeit und Angewiesenheit her. Die privaten Institute boten dem wissenschaftlichen Nachwuchs Verdienst- sowie weitere Qualifizierungsmöglichkeiten, wobei die privaten Institute durch die Aufträge aus Wirtschaft und Politik beziehungsweise staatlichen Einrichtungen finanziert wurden und auch als Experimentierfeld weiterer technologisch-mathematischer Entwicklungen dienten. Davon profitierten wiederum die universitären Einrichtungen der Soziologie oder der Politikwissenschaft, die diese weiter (praktisch) qualifizierten Mitarbeiter an der Universität wieder aufnahmen und so die technologischen Entwicklungen inkorporierten. Damit könnte man vielleicht von einer ›sekundären Verwissenschaftlichung‹ der Meinungs- und Marktforschungsinstitute sprechen, die durch den ständigen Zufluß junger Mitarbeiter aus den Universitäten (und dem ›Rückfluß‹ an die Universität durch Institutsmitarbeiter) geleistet wurde, die mit Hilfe der privaten Aufträge experimentieren und das wissenschaftliche Feld jenseits der Universität fortentwickeln konnten. Die enge Verflechtung kam auch deswegen zustande, weil die Universitäten weder über das Geld für die Untersuchungen noch über die Interviewerstäbe verfügten, so daß sie auf deren Daten oder Dienstleistung zurückgreifen mußten.

An Ennid kann in Mikroperspektive die anfangs bestehende und sich in Suchbewegungen vortastende Arbeitsweise mitsamt der entsprechenden Netzwerkbildung und der kreativen Erweiterung des Arbeitsfeldes in den ersten Jahren der Meinungsforschung nachvollzogen werden. Der wissenschaftliche Leiter des Instituts, Friedrich Lenz, war mit einem Vertreter des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung in Berlin, Bruno Gleitze, (spätestens) aus ihrer gemeinsamen Arbeitszeit als Wirtschaftswissenschaftler an der Humboldt-Universität gut bekannt, die sie beide 1948 und 1949 verlassen hatten. Bruno Gleitze interessierte sich für die Meinungsforschung und tauschte sich intensiv mit Friedrich Lenz und Stackelberg aus, um die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit an verschiedenen Punkten auszuloten. So thematisierte er sie auch als Ergänzung für die Konjunkturforschung und bemühte sich um gemeinsame Projekte, während Lenz beziehungsweise Stackelberg

³⁷ Vgl. zur Arbeit und Rolle der Meinungsforschung im Rahmen der Arbeit der Amerikahäuser A. SCHILDT, *Zwischen Abendland und Amerika*, 1999, S. 167–195; NL Stackelberg, *Reisebericht*, Zu 5–41, über eine öffentliche ›Arbeitstagung‹ mit mehreren Meinungsforschern und Wissenschaftlern im Berliner Amerikahaus am 25.1.1951.

³⁸ Vgl. die Darstellung der ›Gründungsphase‹ der empirischen Sozialforschung bei C. WEISCHER, *Unternehmen ›Empirische Sozialforschung‹*, 2004, hier insbes. S. 143ff.

ihn in Beziehung zu Crespi und George Katona brachte und auf dem Laufenden hielt.³⁹ Darüber hinaus kümmerte sich Emnid wiederum um eine Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftswissenschaftlichen Institut des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) in Köln; sie vereinbarten in Bezug auf die Einkommensuntersuchung des Instituts eine Zusammenarbeit mit Emnid Ende 1950.⁴⁰ Diese, zum Teil aus finanzieller Not und aus Methoden- und intellektueller Neugier heraus entstandenen gemeinsamen Projekte und Koalitionen verschwanden mit dem wirtschaftlichen Aufstieg der Bundesrepublik, da sich das Interesse an der Marktforschung verstärkte und die fortan entstehenden Institute sich vor allem auf diesem Gebiet etablierten. Es war bereits aus wirtschaftlichen Gründen nicht notwendig, sich kreativ um andere Forschungsbereiche zu bemühen.

Mitte der fünfziger Jahre festigte sich die Existenz der Institute, da sie sich eine loyale Klientel erschlossen hatten. Allerdings bewegten sich nur die vier beschriebenen Institute Emnid, IfD, DIVO und Infratest auf dem um Hörerforschung und politische Umfrageforschung erweiterten Feld. Andere Institute wie das bereits 1945 gegründete Institut Gesellschaft für Marktforschung oder das 1955 gegründete Intermarket aus Düsseldorf, an dem Walter Scheel beteiligt war, führten gar keine oder nur vereinzelte politische Umfragen durch. Im übrigen vergab gerade die FDP als eine der ersten Parteien Umfragen, doch diese Untersuchungen blieben singulär oder bewegten sich im lokalen Rahmen durch die Auftragsvergabe von Honoratioren. Auch die 1951 gegründeten »Wickert Institute Tübingen« versuchten, sich auf dem Feld der politischen Umfrageforschung zu etablieren, hatten jedoch nur vorübergehend in den siebziger Jahren Erfolg und gerieten aufgrund ihrer Methoden immer wieder in die Schlagzeilen.⁴¹

Die Etablierungsphase der westdeutschen Markt- und Meinungsforschung schloß sich Mitte der fünfziger Jahre mit der Gründung verschiedener Berufsverbände ab. Bis dahin hatte sich ein relativ deutliches Arbeitsprofil herausgebildet, wie die kommerziellen Institute organisiert waren und wie sie arbeiteten.⁴² Entsprechend konnten sie vielfach reproduziert werden, wie der deutliche Zuwachs an Instituten zeigte. Als wichtigstes Merkmal hatte sich neben der Grundlage, alle Erfragungswünsche zu erfüllen, die Schnelligkeit als Markenzeichen der privaten Umfrageforschung herauskristallisiert. Zunehmend arbeiteten Akademiker in den Instituten; Statistiker, Sozial-, Wirtschafts- und Politikwissenschaftler, Journalisten und auch Werbefachleute trugen dazu bei, die verschiedenen Wünsche der Kunden

³⁹ Vgl. generell Gleitzes Korrespondenz 1949–1952, AdSD NL Gleitze, Pers. Kor. 1949–1950 und 1951–1952; Korrespondenz Gleitze/Lenz und Stackelberg in NL Stackelberg, Zu 5–42; Eintrag am 22. 1. 1951, NL Stackelberg, Reisebericht, Zu 5–41, über Zusammentreffen zwischen ihm, Gleitze und Dr. Grünig vom DIW zur Frage nach einer Verbindung von Konjunktur- und Meinungsforschung.

⁴⁰ Vgl. NL Stackelberg, Einträge in Reiseberichte Oktober 1950, Zu 5–41; C. WEISCHER, Unternehmen ›Empirische Sozialforschung‹, 2004, S. 75.

⁴¹ Vgl. dazu auch Kap. 5.2.b, S. 472, und 5.3.a, S. 483.

⁴² Vgl. dafür C. WEISCHER, Unternehmen ›Empirische Sozialforschung‹, 2004, S. 130–145, 306–308.

zu verarbeiten. Die Interviewerstäbe machten den größten und zunächst auch teuersten, weil organisationsintensivsten Teil der Mitarbeiter aus, die in der ganzen Republik für die Umfragen von Tür zu Tür gingen. Während diese Stäbe oft aus Hunderten von (Teilzeit-)Mitarbeitern bestanden, saßen in den Zentralen oft nicht mehr als zehn feste Mitarbeiter, abgesehen von studentischen Hilfskräften. Mit der Zeit stellte sich heraus, daß die ältesten Institute auch die größeren Mitarbeiterzahlen (mehr als 30) aufwiesen; Kaase kam 1975 bei 51 Instituten auf knapp über 2000 Mitarbeiter.⁴³ Telefonumfragen setzten sich als Standard repräsentativer Umfragen erst zu Beginn der achtziger Jahre durch. Zuvor war das Telefon eine Möglichkeit für schnelle und nicht repräsentative Umfragen, die sogenannten Blitzumfragen, benutzt worden. Mit der Aufgabe der Umfrage per Hausbesuch sanken auch die Mitarbeiterzahlen in den Interviewerstäben, die nun in Telefonbüros saßen; andererseits wurden mehr Mitarbeiter für die technischen Fragen beansprucht.

Während dieser personellen Verschiebungen veränderte sich die Vorgehensweise in den Umfragen selber nicht. Grundsätzlich fanden repräsentative Umfragen ausschließlich als sogenannte Mehrthemenumfragen statt, die unterschiedlichste Themen integrierte. Damit verband sich auch die Strategie, möglichst unvoreingenommene und unabsichtsvolle Antworten der Befragten zu unterhalten. Die Themen wurden mit den Auftraggebern jeweils abgestimmt, aber die Formulierung der einzelnen Fragen blieb den Experten überlassen, denn Fragebogen, Frageformulierung, Antwortmöglichkeiten und Reihenfolge der Fragen zählten zu den wichtigen methodischen Knackpunkten der Meinungsforschung. Beispielsweise wurden auch die Fragen zunächst in einem »Pretest« erprobt, bevor sie ins Feld, also in die tatsächliche Umfrage, übernommen wurden. Wie eng die Abstimmung mit dem Auftraggeber dabei erfolgte, blieb der betroffenen Organisation überlassen und war abhängig von deren Professionalität und eigener Expertise in demoskopischer Hinsicht. Davon hing auch die genaue Verarbeitung der Umfrageergebnisse ab, die zunächst in einem ersten Bericht anhand der »Rohdaten« gefaßt und dann in einer statistisch bereinigten Version mit mehr oder weniger ausgefeilten Interpretationen und Empfehlungen vorgelegt wurden.⁴⁴

Die einmal auf dem Markt existierenden Institute, dabei vor allem die frühen Gründungen, bestimmten die politische Meinungsforschung bis 1990, indem sie bis in die nachrückende Generation von Meinungsforschern und Institutsgründern und mittels ihrer personellen Verbindungen im wissenschaftlichen Bereich fortwirkten. Die Meinungsforscher waren dabei in einem starken Maße methodisch wie in-

⁴³ Vgl. für Organisation, Schwerpunkte und Mitarbeiterzahlen H. KETELSEN-SONTAG, *Empirische Sozialforschung*, 1988, hier S. 94; M. KAASE, *Politische Meinungsforschung*, 1977, S. 458; für sechziger Jahre vgl. E. BORNEMANN/R. NAVE-HERZ, *Verzeichnis*, 1966.

⁴⁴ Vgl. für die Grundregeln der Umfrage als Methode die schnell zum Klassiker avancierte Sammlung von R. KÖNIG/W. BREPOHL u. a. (Hrsg.), *Praktische Sozialforschung*, 1952; A. DIEKMANN, *Empirische Sozialforschung*, 1999; W. KALTEFLEITER/P. NISSEN, *Empirische Wahlforschung*, 1980; R. SCHNELL/P. B. HILL/E. ESSER, *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 1999.

haltlich von ihrer wissenschaftlichen Sozialisation geprägt worden, die wiederum durch amerikanische Methodenlehrgänge in Deutschland oder durch Besucherprogramme in den USA, wenn nicht gar durch die Erfahrungen in der alliierten Umfrageforschung selber, beeinflusst worden waren. Dies galt für Meinungsforscher wie Interviewer gleichermaßen. Aus den von den Amerikanern ausgebildeten Interviewern ging nicht nur DIVO hervor; auch andere Marktforschungsinstitute entsprangen aus diesem Zusammenhang, und wiederum andere Interviewer starteten Karrieren in den Marktforschungsabteilungen von Unternehmen oder in den statistischen Ämtern von Land und Bund.⁴⁵ In diesem Sinne fand ein Wissenstransfer statt, der mit einer leichten zeitlichen Verzögerung die empirische Sozialforschung in Westdeutschland voll erfaßte, so daß von einer Westernisierung der Ideen und Methoden in der Sozialwissenschaft beziehungsweise der Meinungsforschung als der ›amerikanischen Wissenschaft‹, wie sie in den Medien auch anfangs betitelt wurde, gesprochen werden kann. In der Unterscheidung von dem Begriff der ›Amerikanisierung‹ als Imitation eines Konzepts handelte es sich um einen über Jahre dauernden Prozeß der eigenständigen Übertragung auf deutsche Verhältnisse und Aneignung durch die Institute.

Die Methoden der empirischen Sozialforschung setzten sich zunächst nur vereinzelt durch. Sie wurden bis auf wenige Ausnahmen der politikwissenschaftlichen Fakultät der Freien Universität Berlin, der Kölner Lehrstühle von René König und Ferdinand Hermens und einiger weiterer abgelehnt.⁴⁶ Dort setzte sich eine seit dem Kaiserreich existente, aber marginale Tradition der Wahlforschung anhand der amtlichen Wahlstatistik fort, indem ab dem Beginn der fünfziger Jahre im Rahmen der politischen Soziologie Arbeiten zur Wahlforschung angefertigt wurden.⁴⁷ Sie konnte sich in den sechziger Jahren als fester Teilbereich der Politikwissenschaft wie der Sozialwissenschaft durchsetzen, so daß in der Folge einer Professionalisierung des Zweiges eigene Vereinigungen und Forschungszentren entstanden.⁴⁸ In der Forschungsliteratur wird für die Wahlforschung auf die sogenannte Kölner Wahlstudie von 1961 verwiesen. Eine kleine Gruppe von Nachwuchswahlforschern am Lehrstuhl von Ferdinand A. Hermens hatte zur Bundestagswahl 1961 direkt mit einem Meinungsforschungsinstitut (DIVO) zusammen gearbeitet.⁴⁹ Ein Mitarbeiter dieser Gruppe, Rudolf Wildenmann, setzte diese Zusammenarbeit fort. Er nutzte für die Abwicklung seiner auftraggebundenen Wahlforschungen die Lorenz-vom-Stein-Stiftung als Fördereinrichtung der Universität Mannheim. Das Mannheimer Institut schloß zur europäischen Entwicklung auf, denn von dort aus wurde die Eta-

⁴⁵ Vgl. W. SCHAEFER/M. MILLER, Schwierigkeiten der Umfrageforschung, 1998.

⁴⁶ Vgl. für die Öffnung der deutschen Politikwissenschaft und auch der Soziologie W. BLEEK, Geschichte der Politikwissenschaft, 2001, S. 286–295.

⁴⁷ Vgl. mit einer ersten Umfrage S. MÜNKE/R. L. A. GURLAND, Wahlkampf und Machtverschiebung, 1952.

⁴⁸ Vgl. dazu detailliert C. WEISCHER, Unternehmen ›Empirische Sozialforschung‹, 2004.

⁴⁹ Vgl. E. K. SCHEUCH/R. WILDENMANN (Hrsg.), Soziologie der Wahl, 1965; für eine Übersicht vgl. D. ROTH, Empirische Wahlforschung, 1998.

blierung einer europaweiten Umfrageforschung betrieben, die 1973 zur Einführung des Eurobarometers führte.⁵⁰ 1974 konnte er an der Universität das ZUMA (Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim) als infrastrukturelle Einrichtung der sozialwissenschaftlichen Umfrageforschung gründen und parallel dazu die Forschungsgruppe Wahlen als an die Mannheimer Universität angeschlossenen Verein eintragen lassen. Parallel dazu bemühte sich das Ende der sechziger Jahre gegründete Zentrum für empirische Sozialforschung (ZA) an der Universität Köln um eine Annäherung an die kommerziellen Institute, um auch deren Daten für Sekundäranalysen zu gewinnen. 1976 fand eine nach amerikanischem Vorbild organisierte und benannte, aber nach deutschem föderalen Modell unter dem Dach der Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen bezahlte »Allgemeine Bevölkerungsumfrage in den Sozialwissenschaften« statt. (ALLBUS, im ersten Jahr noch nach dem veranstaltenden Institut ZUMA benannt). In ihr arbeiteten nicht nur universitäre Einrichtungen wie die in Mannheim und Köln, sondern privatwirtschaftliche Institute, auch aus dem politischen Bereich, zusammen.⁵¹

Der Aufstieg der empirischen Sozialforschung und mit ihr die Methode der Umfrage zur Leitwissenschaft ist mit der gesellschaftlichen Situation im Nachkriegsdeutschland und der Erschwinglichkeit dieser Beobachtungsform, weniger mit der Technik oder der wissenschaftlichen Durchsetzung zu begründen. Die dringlichen Themen der deutschen Gesellschaft bestimmten ihre Etablierung: Die neue Gestaltung der Nachkriegsgesellschaft, die Flüchtlinge und Vertriebenen sowie die Fragen an die soziale Ordnung innerhalb der Industriegesellschaft (mit der Betriebs- und Industriosiologie) leisteten dem Vordringen dieser Betrachtungsweise Vorschub, indem sie diese Wandlungen der deutschen Gesellschaft und ihre neuen Erscheinungen erklärten.⁵² Der Idee des Zählens und der empirischen Beobachtung der Bevölkerung wurde jedoch nicht gänzlich vertraut, wie am Widerstand der Kirche gegen Untersuchungen den Intimbereich betreffend, zu erkennen ist.⁵³ Ebenso wurde der politischen Meinungsforschung mißtraut. Die Herausstellung der Meinungsforschung als Demokratiewissenschaft und praktizierte Demokratie durch die alliierte – vor allem amerikanische – Meinungsforschung wirkte sich auf die Ausgangskonstellation der Meinungsforschung zu Beginn der Republik aus. Indem zunächst durch Lizenzen und Bedingungen methodischer Art direkt auf Gründung, Ausbau und Entwicklung von Instituten Einfluß genommen worden war, strukturierte die alliierte Demoskopie mit Hilfe eines spezifischen Deutungsangebotes, der eigenen

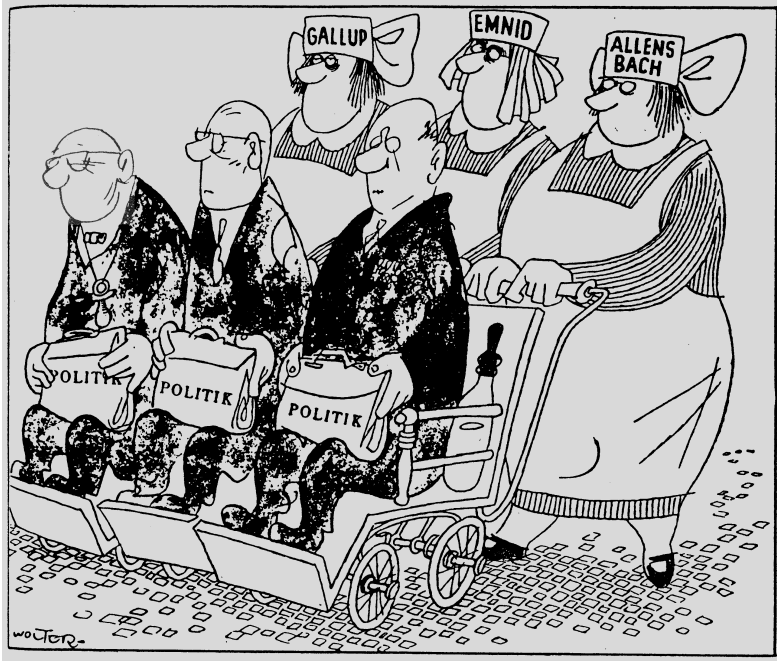
⁵⁰ Das Eurobarometer ist mit den ersten, noch eher unregelmäßigen Untersuchungen im Internet präsent, URL: http://europa.eu.int/comm/public_opinion/ [25.9.2002].

⁵¹ Vgl. dazu auch Kap. 2.4.b, S. 162. Das ZUMA stellt die Daten dem ZA für die Sekundärauswertung zur Verfügung. Für den Aufbau und die Geschichte des ALLBUS vgl. A. KOCH, Feldarbeit im ALLBUS, 2002.

⁵² Vgl. dazu J. PLATZ, Führungsstile, 2006; P. NOLTE, Die Ordnung der deutschen Gesellschaft, 2000, S. 266 f.; besondere Aufmerksamkeit erregten die Studien von T. W. ADORNO/W. DIRKS (Hrsg.), Betriebsklima, 1955 und W. POPITZ/H.-P. BAHRDT/E. A. JÜRES u. a., Gesellschaftsbild des Arbeiters, 1957.

⁵³ Vgl. dazu demnächst B. ZIEMANN, Katholische Kirche, 2007, Kap. 4.

Nutzung für die Entnazifizierung und durch die politische Praxis den Wahrnehmungs- und Deutungsrahmen der Demoskopie in Westdeutschland, ohne ihn jedoch vollständig vorgeben zu können. So fand sich die politische Meinungsforschung 1949 in einer spezifischen Ausgangskonstellation wieder. Aus dieser Situation, die aus einer Mischung bereits gesetzter Deutungen und eigenständiger Bedingungen bestand, entwickelte die politische Meinungsforschung eine Angebotsstruktur an die Politik und eine damit halbwegs vorgegebene und daran anschließende Nutzung durch die Parteien.



Der Spiegel Nr. 34 v. 21. 8. 1957: »Probewahl am Küchentisch. Gespräch mit Elisabeth Noelle-Neumann«.

Erster Teil

Verwissenschaftlichung der Parteien: Vom demoskopischen
Experiment zur täglichen Praxis



Zweites Kapitel

Pioniere der Meinungsforschung? Die Demoskopie der CDU

1. Die Meinungsforschung als Herrschaftstechnik im Regierungsapparat 1950–1966

Nicht etwa die Parteien etablierten in ihrem Kampf um die Gunst der Wählerstimmen die Meinungsforschung – es war die Bundesregierung, die sich dieser Expertise und Beratung zur Absicherung ihrer Macht vergewisserte. Im folgenden werden Ablauf, Entwicklung und Folgen der Zusammenarbeit zwischen Meinungsforschungsinstituten und der Bundesregierung in Gestalt von Bundeskanzleramt und dem Bundespresse- und Informationsamt dargelegt. Bislang wurde die Öffentlichkeitsarbeit der Regierung hauptsächlich unter personalpolitischen und enthüllenden Perspektiven oder institutionell, weniger von der Systematik der Öffentlichkeitsarbeit her beleuchtet.¹ Besondere Aufmerksamkeit wird der ersten kurzen Phase, die bis zu einem Vertragsabschluß zwischen den Instituten und dem Bundespresseamt führte, gewidmet, da hier die Grundlagen der späteren Arbeit und der Beziehungen gelegt wurden. Die Anbindung der Institute mit ihren Umfragen erfolgte an spezifischen organisatorischen Orten der Regierungsinstitutionen, deren Analyse Entscheidendes über die Funktionsweisen der Zusammenarbeit zwischen Politik und Demoskopie auszusagen vermag. Daher werden die Akteurskonstellationen und ihre Rolle bei der Ausbildung der neuen Beobachtungsform der Gesellschaft einer genauen Betrachtung unterzogen.

a) *Zwischen Geheimnis und Öffentlichkeit: Anfänge der Meinungsforschung*

In der prekären finanziellen Situation, in der sich die 1949 existierenden Meinungsforschungsinstitute befanden, schien die Auftragsvergabe durch den gerade neu entstehenden Staat eine sichere Einkunftsquelle zu sein. So bot das Institut für Demoskopie Allensbach einige Monate nach der Gründung der Bundesrepublik dem frisch zum Kanzler gewählten Konrad Adenauer seine Dienste an.² Dabei verzichtete das Institut auf den Hinweis auf die bisherigen Tätigkeiten für Regierungsorgane,

¹ Vgl. als einschlägige Arbeit zum BPA H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982; zur systematischen Öffentlichkeitsarbeit der Regierung, der organisatorischen Arbeit des BPA und seiner Hauptakteure vgl. demnächst M. WEISS, Öffentlichkeit als Therapie, 2006; J. HOFFMANN, Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung, 1995; F. A. BUCHWALD, Adenauers Informationspolitik, 1991; O. LENZ, Im Zentrum der Macht, 1989, Einleitung.

² Für die Biographie Adenauers und seine Regierungspolitik vgl. H.-P. SCHWARZ, Ära Adenauer, 1981/83.

denn das IfD hatte bereits 1948 eine Umfrage für den Wirtschaftsrat beziehungsweise Ludwig Erhard in Bezug auf die Währungsreform durchgeführt und eine Umfrage zur Todesstrafe vorgelegt, die auch Adenauer erhalten hatte.³ In dem Schreiben vom 26. September 1949 offerierte ihm Erich Peter Neumann die Meinungsforschung als Methode, die Adenauer »Zugang zu der verhärteten politischen Mentalität unseres Volkes« versprach.⁴ Was er damit genau meinte, führte er anhand eines Beispiels aus. Als eigentlicher Anlaß des Briefes wurde die Umfrage »Ist Deutschland antisemitisch?« genannt, die ursprünglich veröffentlicht werden sollte, doch deren Ergebnisse nach Meinung Neumanns so brisant waren, daß er vorschlug, sie unter Verschuß zu halten:

»Nun, da uns das gesamte Material vorliegt, glauben wir, den Gedanken einer Publikation nicht mehr vertreten zu können, da es unvermeidlich scheint, daß sich einzelne Tatbestände selbständig machen und vermutlich in wesentlich entstellter Form in ausländischen Zeitungen wiederkehren. Andererseits wirkt dieses Material, das 15 der wichtigsten Fragen über die Einstellung der deutschen Öffentlichkeit zum jüdischen Problem umfaßt, so erregend, daß es unmöglich erscheint, es nicht der politisch-pädagogischen Aufgabe zuzuführen, die die neue deutsche Regierung in Angriff nimmt.«⁵

In diesen wenigen Zeilen spricht der Brief zwei wichtige Elemente der sich in den nächsten Jahren entfaltenden Adenauerschen Regierungspolitik an. Der eine Punkt betrifft die Öffentlichkeitsarbeit der Regierung Adenauer. Es ist hinlänglich bekannt, wie wenig Adenauer von Journalisten und der Arbeit der Presse hielt, andererseits aber in einigen Punkten sorgfältig und gezielt mit der Ressource Information für Journalisten umging.⁶ Das prinzipielle Mißtrauen und die sich daraus ableitende Notwendigkeit einer Lenkung wurden vom IfD mitgedacht:

»Wir möchten zunächst keine Verwendung vornehmen, ohne Sie, verehrter Herr Bundeskanzler, unterrichtet zu haben; überdies würden wir Ihnen gerne unsere Ideen über eine staatspolitische Verwertung dieser Informationen vorlegen.«⁷

In diesem Sinne verortete sich die Demoskopie hier sowohl als Lieferantin vertraulicher Informationen sowie als Beraterin für politische Handlungsweisen, als Herrschaftsinstrument.⁸ Demnach bestand die »politisch-pädagogische Aufgabe« der Regierung darin, die Meinung und Berichterstattung der Presse ebenso wie die Meinungen der Bevölkerung zu steuern und die Kontrolle über die (Nicht-)Veröffentlichung großer Nachrichten auszuüben.

³ D. SCHINDELBECK/V. ILGEN, »Haste was, biste was!« 1999, S. 73f.; G. SCHMIDTCHEN, Die befragte Nation, 1965, S. 24.

⁴ Brief von Neumann vom 26. 9. 1949 an den Bundeskanzler (BK), BA B 145/1566.

⁵ Ebenda.

⁶ Vgl. K.-G. v. HASE (Hrsg.), Konrad Adenauer und die Presse, 1988; K. ADENAUER, Teegespräche, 1984, Einführung in die Edition.

⁷ Brief von Neumann vom 26. 9. 1949 an den BK, BA B 145/1566.

⁸ Neumann vertrat diese Auffassung auch später in Bezug auf das wichtigste demoskopische Thema der 1950er Jahre, das Militär (Aufrüstung und Wehrpflicht): E. P. NEUMANN, NATO zwischen West und Ost, 1972.

Der zweite Punkt betrifft den Inhalt der Umfrage. Der Antisemitismus berührte nicht nur die sensible Frage der demokratischen Entwicklung und Rückkehr zu einer angestrebten Souveränität der Bundesrepublik, sondern avancierte zum Prüfstein eben dieser Bewertung der Bundesrepublik in den Augen ausländischer Beobachter, zumindest in der deutschen Auffassung darüber.⁹ Ein Bericht über antisemitistische Tendenzen in der deutschen Bevölkerung war demnach nicht dazu angetan, das Bild zu verbessern. Hier trafen das Thema Antisemitismus und Adenauers Auffassung einer nur unzulänglich berichterstattenden, notorisch unzuverlässigen und daher genau zu kontrollierenden und lenkenden Presse zusammen. Dies war jedoch gerade in Bezug auf ausländische Zeitungen nicht möglich, so daß größte Vorsicht für den Informationsfluß geboten war. So wurde das politische Problem des Antisemitismus in dem Bewußtsein des spezifisch auf dieses Thema achtenden Auslands zu einem sekundären Problem. Das Bild des Auslands beschrieb bereits seit dem 19. Jahrhundert ein stereotypes Argument der Abwehr gegen unerwünschte Diskussionen und Sachverhalte in der Öffentlichkeit, in dem die Geheimhaltung der Daten auch nun ihre höhere Begründung fand. Damit wandelte sich der Antisemitismus zu einer Sache, die in der Logik der Öffentlichkeitsarbeit der Regierung zu dethematisieren war. In Neumanns erstem Brief und in einem darauf folgenden wurde darauf hingewiesen, daß die entsprechende Umfrage noch nicht finanziert sei. Daß dies durch den Verkauf an Funk und Presse geschehen könne, war überflüssig zu erwähnen. Die Umfrage wurde unter Verschuß gehalten. In den folgenden Jahren wurde die Strategie der Dethematisierung weiter verfolgt. Danach waren nur Daten zu veröffentlichen, die das Bild Deutschlands im Ausland verbesserten oder einer Stimmenmaximierung dienten, wobei beide Aspekte teilweise gegeneinander abzuwägen waren.

Mit dem Angebot, die Inhalte der Umfrage und die generellen Vorzüge der Meinungsforschung dem Kanzler vorzustellen, hatte das Institut den Hinweis verbunden, daß es sich des Problems fehlender Anerkennung der Meinungsforschung in Deutschland bewußt sei. Das IfD führte dies auf die vorurteilsbelastete Unwissenheit über Meinungsforschung zurück. Doch sprach es der Demoskopie einen genuin politischen Charakter zu. Das Institut hielt es für notwendig, den Kanzler mit derselben Information über die Deutschen auszustatten, wie sie sein amerikanischer Gesprächspartner, der Hohe Kommissar McCloy, besäße:

»Wir glauben ferner, daß es von großer Bedeutung wäre, wenn der Herr Bundeskanzler zum Beispiel in der Frage der Entwicklungen zum Antisemitismus darauf verweisen könnte, daß diese Problem auch von den deutschen Stellen beobachtet wird.«¹⁰

Demnach erhielt die bloße Beobachtung als solche eine positive Bewertung, weil sie Sensibilität gegenüber der Frage signalisierte. Die Demoskopie wurde als Beschafferin von Information für eine auf das Publikum abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit

⁹ Vgl. auch Kap. 2.1.b, S. 73.

¹⁰ Brief IfD vom 8. 5. 1950, BA B 145/1566.

zum Zwecke der Verfolgung politischer Ziele beschrieben und konkret als Herrschaftstechnik angeboten. Hier hatte sich am Beispiel des Antisemitismus die Funktionsweise der demoskopischen Beobachtung, latente Meinungen sichtbar werden zu lassen, erwiesen. Darüber hinaus empfahl sich das Institut als fähig, unterdrückte oder geheime Denkweisen aufzuspüren und diese in eine politische Beratung umzumünzen.¹¹ Das Presseamt kaufte daraufhin dem Institut einen Bericht für eine Umfrage im Juli 1950 ab.¹² In dem im November 1950 geschlossenen Kontrakt verpflichtete sich das IfD, zweimal im Monat aus der allgemeinen Mehrthemenumfrage kurze vertrauliche Berichte zusammenzustellen. Gegenstand der Untersuchungen bildeten je drei politische Themenkomplexe grundsätzlicher wie aktueller Art, die das Bundespresseamt zu jedem Dritten des Monats lieferte. Das IfD setzte sich mit seinen Vorgaben zur Arbeitsweise unmittelbar durch. Aus dem ersten Bericht des Instituts hatte das Amt erfahren, daß es für den Auftraggeber wichtiger sei, die Themen festzulegen als sich mit Frageformulierungen zu beschäftigen, da diese im Zweifelsfalle suggestiv formuliert und somit unbrauchbar seien. Der Verweis auf die Kompetenz der Umfrageforschung, die Fragen alleinig ›richtig‹ formulieren zu können, überzeugte das Amt. In diesem Sinne wurde dann verfahren, und das IfD faßte den Fragebogen von Beginn an allein ab.

Doch das IfD war nicht das einzige Institut, das seine Dienste der neuen Regierung anbot. Sein Bewerbungsprozeß lief parallel zu dem Emnids. Das Bielefelder Institut hatte Adenauer bereits 1948 angeboten, die Rezeption der Währungsreform oder des Lastenausgleichs zu untersuchen, um mit den aktuellen Themen Interesse bei Adenauer persönlich zu wecken. Etwa zeitgleich erfolgte auch ein Brief mit Ergebnissen aus einer Untersuchung an den Zonenausschuß der CDU im Rheinland. Da Emnid anscheinend keinerlei Antwort erhalten hatte, war im Februar 1949 ein weiterer persönlicher Brief an Adenauer erfolgt, der ebenfalls ohne Antwort geblieben war.¹³ Ende 1949 bemühte sich das Institut schließlich beim Bundeskanzleramt um Gehör. Allerdings wählte es nun einen indirekten Weg. So schrieb nicht der Inhaber Stackelberg, sondern die Emnid-Mitarbeiterin und ehemalige Kölner Stadt-ratsabgeordnete, Dr. Margarete (Grete) Lenz¹⁴, am 1. Dezember 1949 an Max Adenauer, den Sohn Konrad Adenauers, um ihm die Arbeit des Instituts näher zu bringen und der positiven Wertung der Umfrageforschung als Instrument zur Förderung der Demokratie den eigentlichen Grund des Schreibens hinzuzufügen:

»Warum ich Ihnen dies alles schreibe? Die aktuelle Bedeutung der deutschen Meinungsforschung für die Außenpolitik läßt mich wünschen, ich könnte Ihrem verehrten Herrn Vater hierzu einmal kurz mündlich berichten. Die Arbeit der alliierten Institute in Deutschland gibt dem m. E. ein gewisses nationales Interesse. [...] Jedenfalls wäre ich dankbar, wenn

¹¹ Vgl. Brief Neumann an Adenauer, 1. 6. 1950, ebd.

¹² Vgl. Notiz am 20. 7. 1950, ebd. Die Angaben zu den Zahlungen des Bundespresseamtes für Umfragen befinden sich, zu Jahressummen zusammengefaßt, in Tabelle 1, S. 68.

¹³ Vgl. NL Stackelberg, Mappe 3–20: Arbeit für die CDU, 1948–1954.

¹⁴ Sie war während der Weimarer Republik für das Zentrum Abgeordnete gewesen.

Sie bei Gelegenheit Ihrem Herrn Vater über meinen Brief berichten und ihm viele aufrichtige Grüße sagen wollten.«¹⁵

Dieser pünktlich zum weihnachtlichen Familienfest geäußerte Wunsch wurde erfüllt, denn am 3. Januar 1950 schrieb der Kanzler an Grete Lenz, daß sein Büro auf »die Emnid-Sache« zurückkäme.¹⁶ In der folgenden Zeit entspann sich eine Korrespondenz zwischen Grete Lenz beziehungsweise Stackelberg und dem ersten Bundespressechef, Dr. Heinrich Böx. Emnid stellte Material bereit und bot es indirekt zum Kauf an. Dies geschah, ebenso wie beim IfD, durch Kauf der Veröffentlichungsrechte einer bereits durchgeführten Umfrage oder durch die Beauftragung mit einer neuen Umfrage. Zusätzlich befeuerte Stackelberg das Interesse mit Vorschlägen zu Umfragen, zum Beispiel zur »öffentlichen Resonanz« auf eine Rede Adenauers in den »verschiedenen Bevölkerungsschichten«.¹⁷

Das Informations- und Presseamt ging auf das Angebot von Emnid ein, indem es ein paar Fragen für eine Umfrage im März 1950 in Nordrhein-Westfalen bestellte und den Pressedienst abonnierte.¹⁸ Stackelberg versuchte, kontinuierlich präsent zu sein und richtete in Bonn ein Büro mit einem Mitarbeiter ein. Dies läßt sich zumindest aus dem Reisetagebuch von Stackelberg nachvollziehen, der akribisch die Reisen nach Bonn notierte. Er schrieb zwischen November 1949 und Mitte 1950 nicht nur ausführlich Berichte, sondern entwickelte auch eine rege Werbetätigkeit bei allen möglichen parlamentarischen Stellen auf Bundes- wie auf Landesebene, vor allem in Nordrhein-Westfalen. Am 16. März 1950 wurde er im Presseamt vorgestellt, um die Ergebnisse der Umfrage zu präsentieren und begeisterte damit laut eigenen Angaben den inzwischen nur noch als stellvertretenden Presseamtschef amtierenden Böx, der angeblich sofort Adenauer davon berichten wollte.¹⁹ In den folgenden Monaten hielt Stackelberg ihn über die neuen Umfragen von Emnid und einige Ergebnisse auf dem Laufenden. Es lag im Kalkül Stackelbergs, eine Person mit Material bevorzugt zu versorgen, denn er schärfte seinem Mitarbeiter in Bonn ein, Böx zu beliefern, so daß er eine »gewisse Monopolstellung« hätte.²⁰ Diese Kontaktpflege machte die Strategie Stackelbergs aus; darüber hoffte er, an Aufträge für Umfragen zu gelangen. In vielen Fällen schien dies zu gelingen, doch in Bezug auf die Bundespressechefs hatte er Pech, da sie im ersten Jahr schnell wechselten.²¹

Das Presseamt war als Instrument geschaffen worden, um einen umfassenden Informationsdienst durch die Erstellung verschiedenster Pressespiegel pro Tag zu gewährleisten, Kontakte zu Journalisten und Publizisten zu pflegen, eigene Presse Dienste zu unterhalten sowie die Publikation von Zeitschriften finanziell zu unter-

¹⁵ Brief Grete Lenz an Max Adenauer am 1. 12. 1949, BA B 145/1568.

¹⁶ Brief Adenauer an Grete Lenz am 3. 1. 1950, ebd.

¹⁷ Brief Stackelberg an Böx, 14. 2. 1950, ebd.

¹⁸ Vgl. NL Stackelberg, Reiseberichte, Zu 5–41.

¹⁹ Vgl. NL Stackelberg, Reisebericht 16. 3. 50, Zu 5–41.

²⁰ Brief Stackelberg an Mitarbeiter Fillies am 3. 4. 1950, BA B 145/1568.

²¹ Vgl. für die Abfolge H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 125.

stützen. Originäre Aufgabe war damit, die Entwicklung der öffentlichen Meinung zu beobachten und auf sie einzuwirken. Im diesem Sinne schien Meinungsforschung von zwingendem Interesse für das Amt zu sein. Doch war man sich anfangs nicht über genaue Leistung und Umfang der Meinungsforschung einig, so daß die Vor- und Nachteile eines Meinungsforschungsvertrages behördenintern ausführlich diskutiert wurden.²² Ein Bericht vom späteren stellvertretenden Leiter des Bundespreseamts, Werner Krueger, fiel nicht so günstig für das IfD aus wie der des Chefs des Deutschland Union-Dienstes (DUD), Heinz Lubbers, der einen Inspektionsbesuch beim Institut absolviert und es für gut befunden hatte.²³ Er beschleunigte den Vertragsabschluß unter Verweis auf den Wunsch Adenauers, Material über die Haltung der deutschen Bevölkerung zur Wiederbewaffnung zu erhalten²⁴, so daß Krueger, der eher eine vollständige Indienstnahme der Meinungsforschung durch das Presseamt ins Auge gefaßt hatte und weitere Institute in die Überlegungen einbezog, sich dem Wunsch fügen mußte.²⁵ Krueger zeigte anfangs ein gewisses Mißtrauen oder Vorsicht gegenüber dem IfD, da er der Meinungsforschung allgemein in Bezug auf Ergebnisse und Geheimhaltungsmöglichkeiten nicht zu trauen schien. Nur Emnid zog er in die nähere Auswahl für eine Zusammenarbeit in Betracht, zumal er andere Institute für zu klein und zu eng ausgerichtet hielt. Emnid hatte bereits für die CDU eine Umfrage im Rahmen der Landtagswahl 1950 unternommen und war mit dem NWDR im Gespräch, was ihn frohlocken ließ, sich dort einen Zugang zu erschließen. Nachdem sich konkrete Verhandlungen abzeichnen begannen, war Stackelberg bemüht, dem Bundeskanzler eine Emnid-Umfrageforschung mit einer Selbstdarstellung des Instituts und einem Bericht über seinen zweimonatigen Studienaufenthalt in den USA sowie die daraus folgenden wissenschaftlichen und personellen Vorteile für die Regierung schmackhaft zu machen. Als Nachweis der wissenschaftlichen Zuverlässigkeit dienten Prognosen zur Wahlbeteiligung zur ersten Bundestagswahl und dem Wahlausgang bei den Landtagswahlen in NRW.²⁶ Für problematisch hielt Krueger, daß das Institut in Kontakt zur britischen Militärregierung stand und es Informationen weitergeben könnte.²⁷ Doch wogen die in Aussicht genommenen geringeren Kosten diesen Nachteil auf.²⁸ Als er dann einen Probevertrag mit Emnid vorschlug, handelte er nicht autonom. Zuvor hatte er das IfD von seinen Absichten unterrichtet, das keine Einwände dagegen erhoben habe. Das In-

²² Abgesehen von den nur anfangs vorhandenen Vorbehalten Kruegers gegenüber der Zuverlässigkeit und Seriosität der Daten und Institute fanden sich keine nachweislichen Vorurteile gegenüber der Meinungsforschung im Apparat.

²³ Vgl. Brief Heinz Lubbers an Heinrich Brand vom 23. 8. 1950, Lubbers Bericht im August 1950, BA B 145/1566.

²⁴ Vgl. Aktennotiz Werner Krueger am 6. 11. 1950, ebd.

²⁵ Vgl. Ergänzung zu Lubbers-Bericht von Krueger am 3. 10. 1950, ebd.

²⁶ Vgl. Brief Stackelberg an Adenauer über Blankenhorn am 14. 10. 1950, BA B 145/1568.

²⁷ Vgl. Aufzeichnung Krueger 3. 10. 1950, BA B 145/1566.

²⁸ Vgl. Notizen Krueger, Vertrag BPA mit Emnid, 1. 12. 1950, BA B 145/1568; für Auftragsvolumina vgl. Tabelle 1, S. 68.

stitut war demnach bereits fest eingeplant und genoß eine Art Vorrecht auf die Umfragetätigkeit des Bundespresseamtes.

Die Verhandlungen endeten für beide Institute mit einem viermonatigen Probevertrag, der hinsichtlich beider Institute ausführlich geprüft wurde. Bevor jedoch irgendein Vertrag geschlossen wurde, mußte intern geklärt werden, wie ein Institut für Meinungsforschung überhaupt arbeitete: regelmäßige Befragung eines Querschnittes der Bevölkerung, Berichte mit statistischen Berichten für das Bundespresseamt und nicht für die Presse, Entstehungszusammenhänge von Kosten – zum Beispiel konnte das Amt lernen, daß ein dritter Fragenkomplex nicht viel mehr kostete als die Bearbeitung zweier Komplexe.²⁹ Ausschlaggebend für die Vergabe von Probeverträgen an beide Institute war der Vergleichsmoment, der beweisen sollte, welches Institut das zuverlässigere sei.³⁰ Der Wunsch nach Vergleichbarkeit und einer Bewertungsmöglichkeit der in Auftrag gegebenen Arbeit sollte laut Vorschlag über Nachbefragungen gewährleistet werden, die jedoch im Lichte des Umfangs und der Häufigkeit der Fragen eher wie ein naives Zutrauen zur mathematischen Richtigkeit erschienen.³¹ Generell läßt sich der lange Anlauf für die Meinungsforschungsinstitute mit den unterschiedlichen Konfigurationen des Presseamtes in seinem ersten Jahr deuten. Nachdem zunächst Adenauer die direkte Leitung beansprucht hatte, gab er diese bereits 1950 wieder ab, so daß bis zur Einführung des Staatssekretärpostens ein Ministerialdirigent die Behörde leitete. Ab 1958 fungierte sie dann als eine Oberste Bundesbehörde, die selbständig war und gleichzeitig der Obersten Bundesbehörde »Der Bundeskanzler« oder dem Bundeskanzleramt mit zugeordnet war.³² So zogen sich zunächst für beide Institute die Verhandlungen hin.

Während Emnid nach Ende des Probevertrages keine Verlängerung erhielt, wurde mit dem IfD die Arbeit zunächst nur für drei Monate provisorisch weitergeführt, bevor eine erste Bewertung der Zusammenarbeit mit dem Allensbacher Institut seitens des Bundespresseamtes erfolgte. Sie fiel positiv aus: Krueger konnte feststellen, daß eine Umschichtung der Gelder von Emnid auf das IfD von den Referenten des Amtes und den Ministerien übereinstimmend befürwortet werde. Die Ergebnisse wurden zudem als »wesentlich für die Situationsbeurteilung in den verschiedenen Zweigen des politischen, wirtschaftlichen und sozialen Lebens« betrachtet.³³ Die Nachfrage aus dem Regierungsapparat war so groß, daß das IfD im Frühjahr 1951 einen neuen Anschlußvertrag erhielt. Damit waren die Weichen für den weiteren Verlauf der Beschäftigung der beiden Institute im Hinblick auf den Regierungsapparat gestellt. Emnid wurde nach dem Auslaufen des Probevertrages mit Hinweisen auf ungeklärte Finanzfragen im Amt hingehalten, bis es erst 1952 einen neuen Vertrag

²⁹ Vgl. Entwurf Vermerk des StS des Innern/Wirmer, Dezember 1950, BA B 136/4855, Blatt 6.

³⁰ Vgl. Vermerk BPA, Brand an Wirmer, 16. 11. 1950, ebd., Blatt 2.

³¹ Vgl. Entwurf Vermerk des StS des Innern/Wirmer, Dezember 1950, ebd., Blatt 6.

³² Vgl. für die rechtlich schwierige Stellung des BPA H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 80 ff.

³³ Aktennotiz Krueger 10. 5. 1950, BA B 145/1566; für Näheres zum Verhältnis des IfD zum BPA vgl. Kap. 2.1.c.

erhielt, der zwar Umfragen vorsah, diese jedoch in erster Linie auf Fragen der Wirtschaft beschränkte.³⁴ Das IfD erhielt demgegenüber nicht nur die angekündigte Auftragsverlängerung 1951, sondern darüber hinaus weitere Vergütungen für seine Aufwendungen, da es ungebeten mehr Fragen bearbeitete als ohnehin in dem erweiterten Auftrag festgelegt waren.³⁵ Diese Strategie, aus eigenem Antrieb mehr und regelmäßig bestimmte Sachverhalte abzufragen sowie diejenigen Ergebnisse, die sich für den Auftraggeber als dienlich herausstellten, zur Verfügung zu stellen, erwies sich als intelligente Werbestrategie für die Wissensproduktion des Instituts, gleichzeitig aber als Kostenspirale für das Bundespresse- und Informationsamt: Allein bis Ende 1951 hatte das IfD 90 statt der geforderten 55 Fragen geliefert, was dem Institut eine Nach- sowie eine Vorauszahlung für das Folgejahr einbrachte.³⁶ In den folgenden Jahren erfuhr das IfD nicht nur eine bevorzugte Behandlung durch Jahresverträge (ab 1954), sondern auch eine steigende monatliche Bezahlung. Parallel dazu stieg auch die Anzahl der Fragen zunächst auf fünf (1954), dann auf zehn (1957).

Tabelle 1: Verteilung der Aufträge für Meinungsforschung im BPA auf verschiedene Institute 1950 bis 1957 (DM)

	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957
IfD								
Trend- umfragen	ab 1.11.50 2×2000	6×2000 6×3000	12×3000	12×3000	3×3000 9×5000	12×5000	12×5000	12×5000
Sonder- aufträge	5000	20000	30000		32000	92500	51400	30000
Summe	9000	50000	66000	36000	86000	152500	111400	120000
Emnid								
Trend- umfragen	ab 1.11. 2×1500	bis 02/51 2×1500	ab 1.6.52 7×1500	12×1500	3×1500 9×2000	12×2000	12×2000	12×2000
Sonder- aufträge								25000
Summe	3000	3000	10500	18000	22500	24000	24000	49000

Quelle: Eigene Zusammenstellung aus Quellenbeständen des Bundesarchivs und veröffentlichten Quellen (Presse)

Gerechtfertigt wurde die Zusatzarbeit regelmäßig mit dem Hinweis, man bearbeite aufgrund der aktuellen Situationen und der vielen Anfragen aus den Bundesministerien mehr Fragen als im Vertrag festgelegt seien. Dieses Argument wog so stark, daß Überlegungen, wie die genaue Anzahl Fragen für das Amt in Abgrenzung zu der Schnittmenge mit Fragen der Ministerien überprüft werden könnte oder man eine Bezahlung nach Fragenkomplexen anbringen konnte, fruchtlos blieben und das IfD sich mit seiner Definition, nur einzelne Fragen abrechnen zu wollen, ohne Wi-

³⁴ Vgl. Korrespondenz April 1951 bis August 1952, BA B 145/1568.

³⁵ Vgl. Korrespondenz Neumann/Lenz Dezember 1951/Januar 1952, BA B 145/1566.

³⁶ Vgl. Briefe Neumann an Lenz 17.12.1951, Antwort 14.1.1952, Zahlungsanweisungen, ebd.

derspruch durchsetzen konnte.³⁷ Zu dem ersten Jahresvertrag 1954 wurde ein neuer Vertragstext ausgearbeitet, der eine Erweiterung der Zugriffsrechte des Presseamtes beinhaltete. So verpflichtete sich das IfD, dem Amt eine Liste aller von ihnen gestellten politischen Fragen monatlich zu geben, ausgenommen der von anderen Auftraggebern als explizit »vertraulich« gekennzeichneten Umfragen. Darüber hinaus lieferte das IfD Informationen über Leserichte und -gewohnheiten für die Presse und entsprechendes Material über den Hörfunk einschließlich der Sendebereiche der einzelnen Sender.³⁸ Dementsprechend wandelte sich der Anspruch des Amtes an die Umfragen von einer gezielten Informationsnachfrage zu einem allgemeinen Informationsbedarf, das dem allgemeinen inhaltlichen »monitoring« der Presse entsprach. Diese Beobachtung war allerdings im Gegensatz zu früheren Beobachtungen der Presse durch die Regierung nicht unbedingt auf eine Einhaltung bestimmter durch die Regierung gesetzter inhaltlich-expressiver Grenzen und einer damit einhergehenden Sanktionierung durch Zensur ausgerichtet, sondern blieb auf eine weitgehend reaktive Funktion beschränkt.³⁹

Das Presseamt stellte in seiner zweiseitigen Ausrichtung als Hör- und Sprachrohr der Bundesregierung eine gute Möglichkeit für die Demoskopie dar, sich an den Schnittstellen von Information und Öffentlichkeitsarbeit festzusetzen. Nicht mehr nur die Meinungen in der Presse waren verwertbar für die Öffentlichkeitsarbeit, sondern auch aus Einzelmeinungen aggregierte Zahlen und (damit korrelierbare) Informationen über generelle Verhaltens- und Einstellungsmuster der Bevölkerung. So konnte sich die Meinungsforschung als systematische Beobachtungsgröße der Öffentlichkeit im Bundespresseamt etablieren und in wachsendem Maße zur Handlungsgrundlage werden.⁴⁰

b) *Die Entwicklung eines demoskopischen Beobachtungssystems*

Mit der Wiederaufnahme des Vertrages für Emnid 1952 wurde die Aufgabentrennung zwischen den parallel beschäftigten Instituten aus Allensbach und Bielefeld besiegelt. Demnach kümmerte sich Emnid um Wirtschafts-, Finanz- und sozialpolitische Fragen und wurde in diesem Zusammenhang für die einzelnen Bundesministerien tätig, während das IfD sich hauptsächlich der weiteren politischen Inhalte

³⁷ Glaesser zeigte sich in einem Vermerk besorgt über die Überprüfbarkeit der Angaben aus Allensbach. Eine Anfrage zur Umstellung der Bezahlungseinheiten auf Fragenkomplexe zur besseren Zuordnung zu Auftraggebern wurde von Neumann aber entschieden abgelehnt. Dabei blieb es. Vgl. Korrespondenz/Vermerke dazu ebd.

³⁸ Aufgrund der wachsenden Nachfrage wurde darüber hinaus geregelt, daß alle weiteren Aufträge über Sonderverträge abgewickelt würden. Vgl. Vertragsentwicklung 1950–1960, ebd.

³⁹ Grenzen dieser Regierungsbeobachtung und ihr Umschlag in Zensur-Maßnahmen zeigten sich jedoch auch, v. a. im Filmgeschäft, dort ergänzt über die Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle: Vgl. S. BUCHLOH, *Zensur in der Ära Adenauer*, 2002. Für Pressebeobachtung und Zensur in der Weimarer Republik vgl. M. LAU, *Pressepolitik als Chance*, 2003; K. PETERSEN, *Zensur in der Weimarer Republik*, 1995.

⁴⁰ Dies stellen für die Situation in den neunziger Jahren heraus D. FUCHS/B. PFETSCH, *Observation*.

annahm.⁴¹ Das Amt fungierte ab 1952 als organisatorische Schaltstelle für Umfragen, um die vorhandene Nachfrage nach demoskopischen Informationen durch die Ministerien befriedigen zu können.⁴² Die vielzähligen und unterschiedlichen Fragen konnten jedoch kaum in den herkömmlichen Mehrthemenumfragen untergebracht werden.⁴³ Ab Ende 1952 wurde eine Reihe von Sonderumfragen für einzelne Ressorts mit Mitteln des Amtes finanziert, doch erwies sich der Etat weiterhin als zu klein, um die Nachfrage bedienen zu können. So wurden nur Fragen eines durch das Amt definierten »allgemeinen« Interesses in die monatliche Umfrage aufgenommen, Spezialaufträge mußten die Ministerien komplett selber oder anteilig zahlen.⁴⁴

Die Sammellösung war praktisch für die Ministerien, zumal die Ressorts oftmals größere Fragenkomplexe abgefragt haben wollten. Daneben bot dieser Weg dem Presseamt eine willkommene Ablenkung der Ressorts von den Umfragen des IfD, deren Fragenkomplexe nur mehr durch Wünsche des Bundeskanzleramts beansprucht und deren Spezialerhebungen ebenfalls ganz durch die Interessen von dort bestimmt wurden.

Der Vertrag mit Emnid vom August/September 1952, gleichlautend mit dem von 1950, wurde wieder aufgenommen und immer wieder verlängert. Dabei wurden die monatlichen Bezüge 1954 (und 1962) leicht aufgestockt.⁴⁵ Desweiteren wurde ein monatlicher Trendbericht von Emnid vorgelegt, der unter dem Titel »Die Einstellungen zur Bundesregierung aus Sicht der persönlichen Interessen« insbesondere Fragen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik aufgriff. Stackelberg trat außerdem mit eigenen Ideen zu Umfragen an das Amt heran. In der Regel wurden diese Vorschläge, mit deren Hilfe Emnid mit dem IfD um die monetäre Hoheit beim Bundespresseamt kämpfte, abgelehnt, weil sie dem Amt entweder überflüssig erschienen oder bereits vom IfD besetzt waren.⁴⁶ Emnid konnte aber beispielsweise Anfang 1953 die Teilfinanzierung einer kleinen Jugendumfrage erreichen, deren Veröffentlichung einen solch großen Widerhall erfuhr, daß die Umfrage ausgebaut und durch das Jugendwerk von Shell wiederholt wurde.⁴⁷

Trotz der Aufgabenteilung wurden zur Überprüfung bestimmter Fragen diese mit doppelten Kosten parallel von beiden Instituten bearbeitet, so daß hier wieder die ursprünglich in den Parallelverträgen anvisierte Kontrollierbarkeit der Ergebnisse

⁴¹ Vgl. Rundbrief an alle Pressestellen der Bundesministerien durch Glaesser am 27. 8. 1952, BA B 145/1568. Vgl. für Zuweisung Vermerk Krueger am 10. 6. 1952, BA B 145/1568.

⁴² Vgl. Rundbrief Glaesser an Pressestellen aller Ministerien vom 27. 8. 1952, BA B 145/1568.

⁴³ Vgl. dazu die vielen Anforderungsschreiben in BA B 145/1566.

⁴⁴ Vgl. Korrespondenz des BPA mit verschiedenen Ministerien 1954/55 in BA B 145/1569.

⁴⁵ Vgl. Vermerke/Verträge April 1954 und Dezember 1961, BA B 145/1568; vgl. Tabelle I, S. 68 und Tabelle 3, S. 78.

⁴⁶ Vgl. z. B. Aufzeichnung Glaesser, 9. 2. 1957, BA B 145/1566; Aufzeichnung Glaesser, 27. 7. 1964, BA B 145/5479.

⁴⁷ Inzwischen feierte die als »Shell-Jugendstudie« bekannt gewordene Umfrage ihr 50jähriges Jubiläum. Ihre Entstehungsgeschichte stellt sich aus Sicht des Jugendwerks etwas geglättet dar: (<http://www.shell-jugendstudie.de/summary>) [24. 4. 2003]; C. WEISCHER, Unternehmen ›Empirische Sozialforschung, 2004, S. 137 f.

und die damit erhoffte Absicherung stattfinden konnte. Die Aufhebung der Arbeitsteilung betraf vor allem Fragen des Wahlkampfes wie die Sonntagsfrage und prospektive Analysen der Wählerschaft, so daß neben dem Prestige um die beste Prognose die Bearbeitung von Wahlkampffragen zum zentralen Feld der Auseinandersetzung der Institute wurde. In diesen Kontext gehörten Ideen Stackelbergs wie die, 1953 Reaktionen auf Wahlreden zu prüfen. Diese erlebte jedoch nur einige Testversuche bei unbekanntem Kandidaten und wurde dann aufgrund vorgeblich ausgehender finanzieller Mittel aufgegeben.⁴⁸ Hier manifestierte sich die Konkurrenz um Ressourcen innerhalb des Bundespresseamtes. Erich Peter Neumann setzte sich 1953 durch: Umfrageergebnisse zu Fragen, die Emnid und Allensbach zum gleichen Sachverhalt stellten und die voneinander abwichen, durften von Neumann geprüft werden.⁴⁹ Das Presseamt zog den Nutzen aus dieser Konkurrenz, wählte aus und beauftragte dann ab 1957 beide Institute mit Spezialumfragen.⁵⁰ Ähnlich verlief die Rivalität in Bezug auf eigene Untersuchungen der Bundesministerien, solange es sich nicht um Wirtschaftsfragen handelte, auf die Emnid festgelegt war.⁵¹

Die Einsicht, daß die Ergebnisse bei gleichen Fragen in unterschiedlichen Umfragen nie ganz dieselben sein konnten, zeigt hingegen, wie sehr das Amt die Funktionsweise der Meinungsforschung als reine Momentaufnahme mit nie perfekter Methodik akzeptiert hatte. Es hatte sich mit einer ständig nach Verbesserung strebenden Methodik, reflexiv mögliche ›Fehler‹ einzuplanen, als Arbeitsprinzip der Meinungsforschung und mit der Demoskopie entgegen den ersten mißtrauischen Betrachtungen bezüglich der Verlässlichkeit eingerichtet. So hatte sich die Logik der Meinungsforschung, Fehlprognosen eher einzuplanen statt bei Mißerfolgen die Beobachtungstechnologie infrage zu stellen, auf die Denkweise des Bundespresseamtes übertragen. Hier fand die Logik Eingang, die Felix Keller für die USA als Konsequenz aus der Fehlprognose zu den amerikanischen Präsidentschaftswahlen 1948 konstatierte: Hier war die Meinungsforschung bereits so fest etabliert, daß nicht mehr eine Infragestellung der Methode generell erfolgte, sondern nur eine Präzisierung der Methode verlangt wurde.⁵² Trotz dieser bekannten Unsicherheiten akzeptierten die Mitarbeiter und politischen Akteure das mathematische Versprechen der Zuverlässigkeit gelieferter Umfragedaten.⁵³ Sie manifestierte sich zunächst in der einfachen Brauchbarkeit für Adenauer, der sich vor allem selber in den Zahlen des IfD portraitiert wiederfand und dessen Image dann aufgrund der schlechten Zahlen zugunsten eines besseren ›Feedbacks‹ seiner Person verbessert wurde. Ade-

⁴⁸ Vgl. Korrespondenz Stackelberg/Krueger/Glaesser April und Juni/Juli 1953, BA B 145/1568.

⁴⁹ Vgl. Vermerk Krueger an Glaesser, 7. 5. 1953, ebd.

⁵⁰ Für Bundestags- wie Landtagswahlen vgl. verschiedene Konzepte in BA B 145/5476; für Bundestagswahlen 1961 (IfD) BA B 145/1567.

⁵¹ Vgl. als Beispiel für den nicht begründeten, plötzlichen Wechsel des Bundesministeriums für Justiz in einer Strafrechtsumfrage vom IfD zu Emnid 1954, BA B 145/1569.

⁵² Vgl. F. KELLER, Archäologie der Meinungsforschung, 2001, S. 48 ff.

⁵³ Vgl. für die daraus resultierende Anwendung der Meinungsforschung durch die Regierung zwischen 1950 und 1965 im Überblick G. SCHMIDTCHEN, Die befragte Nation, 1965, v. a. im ersten Teil, S. 42–116.

nauer trat mit den Zahlen intern auf und reagierte auf sie z. B. in den Teegesprächen mit Journalisten. Staatssekretär Otto Lenz, der an ihn viele Umfragedaten weiterleitete, registrierte diese Benutzung aufmerksam in seinem Tagebuch, oftmals mit ein wenig Stolz auf seinen Einfluß.⁵⁴ In der Vorstellung einer einfachen Übertragungsmechanik wurden 1953 die ersten sogenannten Wahlgeschenke an die Bevölkerung gemacht, indem die Tabak- und Kaffeesteuer gesenkt wurde. Dies geschah auf Grundlage der demoskopischen generierten Erkenntnis, daß die Entwicklung der Preise ein wichtiger Faktor der Wahlentscheidung sei und Preissteigerungen zu einer Erhöhung der Wählerstimmen bei der SPD führen würden.⁵⁵ Damit wurde die Bundestagswahl zum gelungenen Test der Zuverlässigkeit der Meinungsforschung als Beobachtungs- sowie Beratungsinstrument.

Die Daten suggerierten andererseits eine Machbarkeit der öffentlichen Meinung, die die schlechte Informiertheit der westdeutschen Bürger spiegelte und die umgebaut und neu formiert werden wollte. Davon zeugen die auf diverse Umfragen aufgebauten Kampagnen für die Bundesregierung, für Wahlkampf und Regierungspolitik.⁵⁶ Die Meinungsforschung wies darauf hin, wie die Defizite hinsichtlich bestimmter Wählergruppen oder der Selbstdarstellung in der politischen Kommunikation behoben werden konnten. Gerade in den fünfziger Jahren bildete sich so im Presseamt eine spezifische Art von Umfragewissen heraus, das sich auf die politische Bildung der Bundesbürger bezog. So wurde es üblich, Umfragen zum vorhandenen politischen Wissen vorzunehmen, die dann zur Rechtfertigung entweder großer ›Aufklärungskampagnen‹ oder zur Werbung für ein bestimmtes Thema dienten. Damit etablierte sich aber die demoskopische Beobachtung als Meßinstrument der öffentlichen Meinung und des Verständnisses von Sachverhalten zwischen den Wahlen, als permanente Beobachtung mit ebensolchen Eingriffsmöglichkeiten. Die Demoskopie setzte sich mit den Ratschlägen zur Steigerung der Popularität Adenauers weit vor der Wahl 1953 durch und legitimierte ihre Tätigkeit für die Zeit zwischen den Wahlen anhand politischer Ereignisse, zum Beispiel mit der demoskopischen Begleitung der Pariser Verträge 1954/55, als die Argumente für die Durchsetzung und Anerkennung dieser politischen Entscheidung durch die Bevölkerung demoskopisch ausgelotet wurden.⁵⁷ Auch verschiedene Bezeichnungen wurden demoskopisch getestet, bevor sie öffentliche Verwendung fanden, wie die ›Bundeswehr‹ und die Umbenennung des ›Generalvertrags‹ in ›Deutschlandvertrag‹. Außerdem wurde

⁵⁴ Vgl. O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989, S. 73, S. 242 und S. 261 über eine Pressekonferenz Adenauers zur Londoner Konferenz, auf der er Wendungen benutzte, die ihm Lenz und das IfD nahegelegt hatten.

⁵⁵ Vgl. G. SCHMIDTCHEN, *Die befragte Nation*, 1965, S. 45ff.

⁵⁶ Vgl. für Beispiele v. a. zur Darstellung von Erhard und der sozialen Marktwirtschaft M. E. SPICKA, *Gender, Political Discourse, and the CDU/CSU*, 2002.

⁵⁷ Vgl. dafür J. HOFFMANN, *Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung*, 1995, S. 362–385; der ausführlichste demoskopische Bericht dazu ist wohl der IfD-Bericht ›Die Debatte im Bundestag‹, März 1955, ACDP I-172–22 (4).

ab dem Ende der fünfziger Jahre zunehmend eine gegenseitige Kontrolle der Institute durch Überprüfung des Erfolgs von Werbekampagnen aufgebaut.⁵⁸

Welche enorme Wirkung Umfrageergebnisse durch ihre Veröffentlichung entfalten konnten, zeigte sich anhand einer HICOG-Umfrage 1953, die wenige Monate vor dem Besuch des Kanzlers in den USA in der *New York Times* präsentiert wurde. Darin wurde ein steigender Antisemitismus in der Bundesrepublik ausgemacht. Dieser Befund verursachte internationalen Wirbel und veranlaßte hektische Öffentlichkeitsarbeit und Gespräche mit internationalen Berichterstattern zur Dämpfung der Aussagen. Adenauer gab noch am selben Abend des Bekanntwerdens eine Erklärung im Bundestag ab, mit der er die Bedeutung dieser Zahlen allein durch den Fakt der Erklärung hervorhob, inhaltlich aber die Interpretation durch eine Abwertung der Umfrage verschob.⁵⁹

Die interne Reichweite der Umfrageergebnisse wurde Anfang der fünfziger Jahre auf den Arkanbereich der Regierungspolitik, den Kanzler und seine engsten Mitarbeiter (sowie das Kabinett), beschränkt. Die Einstufung der Umfragen als »geheim« verweist klar auf eine Auffassung des Umfragewissens als politisches Geheimwissen. Doch wurden die Grenzen der Geheimhaltung von Beginn an durchlässig gestaltet, denn die Begrenzungen ließen sich aufgrund der unterschiedlichen Betroffenheit der Ressorts nicht aufrechterhalten.⁶⁰ Die geheimen Informationen waren mindestens aufgrund ihrer Geheimhaltung hoch begehrt, so daß beständig um den Zugang zu diesen Informationen gekämpft wurde. So erhielten weitere Personen trotz der Einstufung als »geheim« vereinzelt und auch regelmäßig Einblick in die Berichte.⁶¹ Problematisch an diesem Verfahren war die Einstufung in den zweiten Geheimhaltungsgrad, da hier für jede Ausnahme von der Weitergaberegeln eine eigene Genehmigung erforderlich war. Diese Regel stand jedoch bereits nach kurzer Zeit im Gegensatz zur praktizierten Weitergabe, so daß nach einiger Zeit die Geheim-

⁵⁸ Vgl. die Begriffsuntersuchungen zur NATO: D. BALD, *Atombewaffnung*, 1994, S. 117–120.

⁵⁹ Vgl. Adenauers Versuche, auf britische Journalisten einzuwirken, diese Meldung nicht zu veröffentlichen oder zumindest möglichst tief zu hängen: K. ADENAUER, *Teegespräche*, 1984, S. 400 ff. Vgl. Gesamtdarstellung bei G. HÖFER, *Meinungsforschung und Presse in Deutschland*, 1955; zum Ablauf Öffentlichkeitsarbeit des Bundespresse- und Bundeskanzleramtes O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989, S. 529 f., 533; für Umfragen zum Antisemitismus in der Bundesrepublik vgl. generell W. BERGMANN, *Antisemitismus*, 1997; ders., *Meinungsumfragen 1946–1986*, 1991.

⁶⁰ Die Arbeiten würden zwar vertraulich behandelt, teilte Krueger Neumann mit, aber es lasse sich nicht verhindern, daß u. U. doch mehr Mitarbeiter als einkalkuliert die Berichte erhalten müßten. Die zunächst vereinbarte Anzahl von 12 Exemplaren wurde noch während der Vertragsverhandlungen pünktlich zu dem ersten Bericht (»Die Stimmung im Bundesgebiet«, November 1950) auf 15 erhöht. Vgl. Brief von Krueger am 2. 12. 1950, BA B 145/1566.

⁶¹ 1953 wurde mit einer erweiterten Verschickung an Staatssekretäre die Anzahl auf 20 erhöht. Vgl. Vermerk Krueger, 23. 7. 1953, ebd. So verlangte auch ein Abteilungsleiter aus dem Auswärtigen Amt 1954, ein Exemplar zu erhalten. Sein Begehren wurde mit der Erlaubnis abgelehnt, das Exemplar des Staatssekretärs einsehen zu dürfen. Vgl. Anfrage Ophüls/Notiz Glaesser Juni 1954, BA B 145/1568. Andererseits wurden Berichte aber auch an einen größeren Kreis verschickt, beispielsweise eine Umfrage, die in Zusammenarbeit mit dem Ernährungsministerium durchgeführt worden war. Vgl. Vermerk am 21. 7. 1953, BA B 145/1566.

haltung gelockert wurde und die Einstufung als »vertraulich« vorgenommen wurde.⁶² Nach einer weiteren Verbreitung in den Ressorts wurden Umfragen zu Beginn der sechziger Jahre häufig mit der niedrigsten Geheimhaltungsstufe »vertraulich – Nur für den Dienstgebrauch« ausgewiesen. Diese Lockerung verlief jedoch nicht gradlinig. Nachdem bei einer Umfrage einzelne Ergebnisse an die Presse durchgesickert waren, wurde im Bundespresseamt Anfang 1957 nach der Zusammensetzung des Verteilers geforscht. Es stellte sich heraus, daß als »geheim« eingestufte Umfragen an verschiedene Mitarbeiter der Ministerien (nicht an ihre Minister) versandt wurden, und zwar in einem unübersichtlich gewordenen System von Direktversendungen vom IfD und Zustellung durch das Amt. Danach erhielt nur noch das Kabinett persönlich (und nicht deren Referenten) die Daten durch das Amt, während der Staatssekretär und Bundeskanzler die Unterlagen weiterhin direkt vom IfD zugeschickt bekamen.⁶³ 1964 fanden sich dann wiederum 27 Personen auf der Verteilerliste.

Diese Durchlässigkeit und die Diffusion in verschiedene Ebenen der Administration sowie in die Presse und Öffentlichkeit hinein kennzeichneten einen gewissen Gewöhnungseffekt, da viele Umfragen in Grundstruktur und Tendenz bekannt waren. Von Anfang an war für die Berichte des IfD festgelegt worden, daß das IfD in bis zu zehn Tagen nach der Lieferung der Berichte die Erlaubnis zur Veröffentlichung der vom Presseamt freigegebenen Aspekte erhalte, die dann aber im Gegensatz zu den Berichten für das Bundespresseamt nur summarisch sein dürften. So wurden die Umfrageergebnisse, die für eine gute Bewertung der Regierung als nicht förderlich angesehen wurden, den Instituten nicht zur Veröffentlichung freigegeben. Daran hielten sich auch andere Auftraggeber in der Regierung. So schickte die Bundeszentrale für Heimatdienst den Bericht einer von ihr beim Institut für Sozialforschung Frankfurt in Auftrag gegebenen Studie über Kriegsheimkehrer 1957 direkt an Adenauer mit dem Hinweis, die Ergebnisse seien zwar interessant, aber nicht zur Veröffentlichung bestimmt.⁶⁴ Damit blieben die Untersuchungen in ihren Einzelheiten weiterhin unter Verschuß, auch wenn sowohl das Presseamt wie die für sie arbeitenden Institute allgemeine Presseberichte dazu erstellten und die Opposition die Bundesregierung aufgrund ihrer Geheimhaltung von Umfrageergebnissen an-

⁶² Dies erfolgte nach einem Antrag des Bundesministeriums Wohnungsbau: Der Geheimschutz wurde heruntargestuft, so daß thematisch einschlägige Umfragen unter den Abteilungsleitern des Ministeriums kursieren konnten. Vgl. Antrag und Bescheid, September 1955, BA B 145/5472. Die Einstufung erfolgte auch als »streng vertraulich« (d. h. unter bestimmten Prämissen weiterzugeben), also nach einem zu der Zeit noch existenten weiteren Geheimhaltungsgrad.

⁶³ Der ehemalige Staatssekretär Lenz konnte sein Exemplar nur mit Mühen erhalten, andere wie der Leiter der Bundeszentrale für Heimatdienst, Walter Jacobsen, der insbesondere an Umfragen interessiert war, fielen ganz heraus. Allerdings bekam der Vorsitzende der regierungsamtlichen Vorfeldorganisation »Arbeitsgemeinschaft demokratischer Kreise« (ADK), Hans Edgar Jahn, die Berichte weiterhin zugestellt. Vgl. dazu verschiedene Aufzeichnungen Februar/März 1957, BA B 145/1567. Anfragen der Bundeszentrale, Hinweise und von ihr in Auftrag gegebene Studien finden sich in fast allen Akten des BPA.

⁶⁴ Brief Jacobsen an den BK, 26. 6. 1958, BA B 136/5893.

griff und Veröffentlichungen verlangte. Die SPD versuchte wiederholt, die Regierung zur Veröffentlichung ihrer Geldausgaben in diesem Bereich zu zwingen, u. a. warf der Abgeordnete Erwin Schoettle dem IfD »materielle Beziehungen« zur Bundesregierung vor, woraufhin das Institut sich gezwungen sah, zu erklären, daß es auftragsgemäß für die Bundesregierung Umfragen durchführe.⁶⁵ Daneben startete die Fraktion eine Anfrage zu den stark ansteigenden Ausgaben der Bundesregierung für die Meinungsforschung 1953.⁶⁶ Aber auch noch 1958 erbrachte eine Anfrage im Haushaltsausschuß des Bundestages nur eine allgemeine Auskunft des Bundespressesprechers über Ausgaben und Inhalte der Umfragen.⁶⁷

Das Bundespresseamt befand sich bei der Auftragsvergabe und der anschließenden Weitergabe der Information in einer ambivalenten Rolle. In den internen Berichten wurden keinerlei Aufdrucke oder sonstige Zeichen der Institute verwendet. Diese Handhabung erklärte sich aus einer Aktennotiz, die auf die PR-Arbeit in eigener Sache abstellte: Das Bundespresseamt solle als Urheber der Umfrageberichte in Erscheinung treten, um nicht als bloße Vermittlungsinstanz zu gelten. Dies verweist auf die eigene Wahrnehmung der Arbeit seitens des Presseamtes, das von Beginn seiner Existenz an von verschiedensten Seiten aufgrund seiner Öffentlichkeitsarbeit kritisiert wurde und unter Legitimationsdruck stand.⁶⁸

Die Expansion der Meinungsforschung durch die Nachfrage seitens der Ressorts und der Regierung erforderte eine Ausweitung der Finanzierung. Das Bundespresseamt war als zunächst unselbständige Behörde direkt dem Bundeskanzler und damit seinem Haushalt zugeordnet und besaß am Anfang nur einen einzigen Etatposten neben den Verwaltungsangelegenheiten, den Geheimfonds »Zur Verfügung des Bundeskanzlers für Förderung des Nachrichtenwesens«. Auf diesen sogenannten Reptilienfonds konnte der Bundeskanzler ohne Rechenschaftspflicht gegenüber dem Parlament zugreifen.⁶⁹ Darin wurde ein Teil der Finanzierung demoskopischer Arbeit untergebracht, wie die Zahlungsanweisungen in den Unterlagen des Presseamtes zeigen. Aufgrund seiner verdeckten Finanzierungstätigkeit in Bezug auf Parteien und Wahlkämpfe war der Geheimfonds Grund ständiger parlamentarischer Auseinandersetzung. In demoskopischer Hinsicht fungierte er eher als Auffangfinanzierung.⁷⁰ Aufgrund ständig steigender Bedürfnisse und der Ausweitung sei-

⁶⁵ Vgl. »Keine Bindung an die Regierung«, FAZ vom 31. 8. 1951, ZASS I.

⁶⁶ Vgl. H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 56 f.

⁶⁷ Vgl. die allgemeine Auskunft von Felix von Eckardt, 1. 7. 1958, BA B 136/1680, Blatt 6 ff.

⁶⁸ Vgl. auch Aktennotiz von Glaesser vom 30. 11. 1950, BA B 145/1566.

⁶⁹ Betrag dieser Fonds in dem Haushalt für 1949/1950 noch 450 000 DM, stieg er in den Folgejahren exponentiell auf 11,25 Millionen DM 1955 an, bevor er, etwas langsamer wachsend, 1960 seine Höchstmarke mit 13 Millionen DM erreichte und stagnierte. Vgl. H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 107 ff.

⁷⁰ Dazu gehörte beispielsweise der vom IfD ausgerichtete »Internationale Kongress für Meinungs- und Marktforschung« 1955 mit 6 500 DM. Vgl. Antrag IfD vom 8. 10. 1955 und Antwort vom 3. 11. 1955, BA B 145/1567. Für dessen strategische Bedeutung für das Ansehen des IfD in den Medien vgl. Kap. 5.1. Für die Verwendung als Zusatzgelder für Publikationen, z. B. Sonderdrucke des Bulletins, vgl. H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 111. Als

ner Arbeitsgebiete operierte das Amt jedes Jahr am Rande der finanziellen Grenzen des Etats, so daß zur Vermeidung allzu großer Defizite Wege zur Umlagerung von Umfragekosten gefunden werden mußten. Die Zunahme und die Finanzierungspraxis machten es intern schwierig, einen Überblick über die Verteilung der Finanzierung der Umfragen zu behalten. Dies erwies sich 1953, als die ständig steigende Nachfrage zu immer neuen Berechnungen der Ausgaben und zu Diskussionen über interne Etatberechnungen und -verschiebungen führte, um alle Umfragen finanziell unterbringen zu können.⁷¹ In diesem Jahr fand die Meinungsforschung offiziell Eingang in den Haushalt des Bundespresseamtes. Der ab 1953 ausgewiesene Etatposten zur »Erforschung der öffentlichen Meinung« wuchs schnell, umfaßte aber dennoch nicht die gesamte Meinungsforschung des Bundespresseamtes:

Tabelle 2: Etatansätze für Meinungsforschung im Haushalt des BPA 1950 bis 1992 (DM)

Jahr	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956
DM	12 000	54 000	54 000	54 000	54 000	100 000	100 000
Jahr	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963
DM	150 000	150 000	150 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Jahr	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970
DM	200 000	250 000	250 000	300 000	370 000	370 000	900 000
Jahr	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977
DM	900 000	900 000	900 000	900 000	1 400 000	1 400 000	1 400 000
Jahr	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
DM	1 400 000	1 400 000	1 400 000	1 400 000	1 400 000	1 400 000	1 600 000
Jahr	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
DM	1 800 000	1 900 000	2 000 000	2 000 000	2 200 000	2 800 000	4 500 000

Quelle: Bundeshaushaltsplan, Einzelplan 04 »Aufgabenbereich des Bundeskanzlers«, Kapitel 0403 Titel 31 (bis 1954)/ Titel 304 (bis 1969)/ Titel 52604, eigene Zusammenstellung.

Nachdem das Bundespresseamt anfänglich Fragen der Ressorts bezahlt hatte, mußten diese die Umfragen mitfinanzieren und den Etat des Amtes entlasten. Es muß zudem in Rechnung gestellt werden, daß die Bundesministerien zunehmend die Öffentlichkeitsarbeit und auch die Umfragen in kompletter Eigenregie betrieben, so daß keine exakten Aussagen über die genaue Steigerung der Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit beziehungsweise Umfrageforschung der Regierung auf Grund-

weiteres Beispiel für die Finanzierung der Umfrageforschung aus diesem Fonds sei auf einen mit 5 000 DM vergüteten Test zu einem Plakat zur Viererkonferenz des IfD 1954 hingewiesen: vgl. Korrespondenz Februar/März, BA B 145/1566.

⁷¹ Vgl. Aufzeichnungen in BA B 145/1566.

lage der Unterlagen des Bundespresseamtes möglich sind.⁷² Eine weitere Auslagerungsmöglichkeit wurde durch die Einführung von Einzeletats wie dem 1956 eingesetztem Titel »Öffentlichkeitsarbeit in Verteidigungsfragen« geschaffen. Darunter wurden große Meinungsforschungsaufträge abgerechnet, wenn es sich »nicht um eine Erforschung der öffentlichen Meinung zur laufenden politischen Unterrichtung der Bundesregierung im Sinne der Zweckbestimmung des Titels 0403–304, sondern um Unterlagen ausschließlich zur Ausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit in Verteidigungsfragen handelt[e]«. ⁷³

Erschwerend für die Haushaltsplanung erwies sich paradoxerweise die auf völlige Flexibilität eingestellte Arbeitsweise der Meinungsforschung. Die zwei Institute hatten sich mit der Maßgabe etabliert, schnell auf Veränderungen der politischen Situation mit Untersuchungen reagieren zu können. Deshalb standen neben ihren regelmäßigen Honorarzählungen nahezu ständig Sonderaufträge an, die finanziert werden mußten. Generell schlugen das IfD mit zwei Dritteln und Emnid mit dem verbleibenden Drittel im Rahmen der festen Ausgaben im Amt zu Buche; Sonderaufträge eingerechnet, entfiel ein noch größerer Teil auf das IfD.⁷⁴ Das IfD verzichtete 1956/57 sogar auf einen Teil seiner monatlichen Einnahmen, da das Presseamt den Zahlungen nicht mehr nachkommen konnte.⁷⁵ Es ist jedoch anzunehmen, daß Sonderaufträge des Wirtschaftsministeriums an Emnid gingen und das Gefälle zumindest streckenweise aufwogen. Die ungleiche Behandlung der Institute fiel dem Amt wähen der Planungen zur Auftragsverteilung 1957 auf: »Um Emnid einen gewissen Ausgleich zu gewähren, da grundsätzlich beide Institute in gleicher Weise mit Aufträgen bedacht werden sollen, ist vorgesehen, Emnid einen großen Spezialauftrag zu geben [...]«. ⁷⁶

Erst mit dem Kanzlerwechsel 1963 vollzog sich eine Angleichung der Zahlungen durch mehr Aufträge an Emnid.⁷⁷ Es erhielt die Möglichkeit, stärker qualitative Studien in den demoskopischen Untersuchungen, vor allem zum Image Ludwig Erhards, den durchzubringen. Dabei handelte es sich vor allem um eine psychologisch fundierte Studie, die Emnid parallel zu einer Studie des 1956 in Bremen gegründeten Instituts für Motivforschung (IfM) unter der Leitung von Hans-Jürgen Ohde durchgeführt hatte.⁷⁸ Zuvor war demgegenüber die Anzahl der Fragen beim IfD auf acht bis zehn pro Monat (100 – 122 Fragen pro Jahr) heruntergesetzt worden,

⁷² Vgl. für die Öffentlichkeitsarbeit der Ministerien H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 113–118.

⁷³ Anmerkung auf Genehmigungsschreiben des BPA an das IfD für eine Grundlagen- und Motivforschung über 51 400 DM vom 28. 2. 1956, BA B 145/1567.

⁷⁴ Vgl. Aufzeichnungen Glaesser Oktober 1956–Februar 1957, BA B 145/1566; Tabelle 1, S. 68.

⁷⁵ Vgl. Korrespondenz und Einverständniserklärung des IfD, März 1957, ebd.

⁷⁶ Aufzeichnung Glaesser, 9. 2. 1957, ebd.

⁷⁷ Vgl. Aufzeichnung Glaesser 5. 11. 1964, BA B 145/5472; Tabelle 3, S. 78.

⁷⁸ Inwiefern die Bundesgeschäftsstelle (BGSt) der CDU daran beteiligt war und wie eng die beiden Institute zusammenarbeiten, bleibt unklar. Emnid erhielt vom BPA mehrfach monatlich 4 500 DM dafür. Vgl. auch K.-G. v. STACKELBERG, Attentat auf Deutschlands Talisman, 1967, S. 49 ff. und 118 ff.

um die Zahl der Fragen nach Bedarf anzusetzen.⁷⁹ Gleichzeitig wurde der Gesamtetat aber so aufgestockt, daß die monatlich festen Beträge für die Institute nur noch die Hälfte der Mittel ausmachten. Inzwischen war nämlich deutlich geworden, daß viele Umfragen als Sonderumfragen unternommen und dementsprechend die Bezahlungssystematik angepaßt werden mußte.⁸⁰

Tabelle 3: Verteilung der Aufträge für Meinungsforschung im BPA auf verschiedene Institute 1958 bis 1965 (DM)

	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965
IfD								
Trendumfragen	12×7 500	12×7 500	12×7 500	12×7 500	12×7 500	12×7 500	12×7 500	12×7 500
Sonderaufträge		89 000	16 000	32 000			26 800	57 900
Summe	90 000	179 000	106 000	122 000	90 000	90 000	116 800	147 900
Emnid								
Trendumfragen	12×2 000	12×2 000	12×2 500	12×2 500	12×2 500	12×3 500	12×3 500	12×3 500
Sonderaufträge						18 000		
Summe	24 000	24 000	30 000	30 000	30 000	60 000	42 000	42 000
Andere Divo	2 500				3 000			3 000

Quelle: Eigene Zusammenstellung aus Quellenbeständen des Bundesarchivs und veröffentlichten Quellen (Presse)

Seit 1954 wurden die Aufträge mit Blick auf Wahlkämpfe zunächst in Einzelfällen, später regelmäßig in Absprache mit der Bundesgeschäftsstelle der CDU geplant, um Überschneidungen und Doppelungen zu vermeiden. So fragte das Presseamt bei der Bundesgeschäftsstelle 1954 bezüglich deren Planung demoskopischer Untersuchungen für die Landtagswahlen in Hessen und Bayern an, da wiederum Neumann Hans Globke einen Vorschlag für eine Untersuchung unterbreitet hatte. Nach einiger interner Diskussion wurde eine Umfrage für Hessen von Globke genehmigt und von der Abteilung Z finanziert.⁸¹ Die Auftragsvergabe an die zwei Institute war so eingespielt, daß andere Institute mit ihren Bemühungen um Aufträge keinerlei Erfolg hatten. Zudem fehlte ihnen in der Regel die ›Kompetenz‹ für solche Umfragen, da sie im politischen Bereich weder profiliert noch erfahren oder einfach zu klein wa-

⁷⁹ Vgl. Vertrag BPA/IfD 1962, BA B 145/5477.

⁸⁰ Vgl. Vermerk über Aufstellung für 1966 (entspricht der Summe von 1965), ebd.; Tabelle 3, S. 78.

⁸¹ Warum Neumann sich an die Abteilung für Personal und interne Organisation wandte, blieb unklar. Vgl. Anfrage Neumann an den Leiter der Abteilung Z (Zoeller) und Globke vom 14. 9. 1954, diverse Vermerke und Bestätigung des Auftrags, BA B 145/1566. Das BPA legte einen Bericht des IfD zu Wahlen in Hessen und Bayern vor, der aber angeblich nicht vom BPA finanziert worden sei: Vgl. Text vom BPA vom 13. 12. 1954, ACDP VII-001-102/5.

ren.⁸² Einige Institute bekamen aufgrund ihrer Hartnäckigkeit eine kleine Umfrage zugewiesen, aber auch nicht mehr.⁸³ Ab 1964 schälten sich jedoch einige Ausnahmen heraus. So unternahm Infratest 1965 im Auftrag des Bundestagspräsidenten eine Umfrage über das Bild des Bundestags und seine Abgeordneten.⁸⁴ 1965 wurde Rudolf Wildenmann vom Bundesministerium für Verteidigung beauftragt, eine Wahlanalyse unter dem Aspekt der Wahlentscheidung im Zusammenhang mit der Bundeswehr zu unternehmen.⁸⁵

c) *Akteurskonstellationen und ihre Rolle für die Demoskopie*

Da das Bundespresseamt in den fünfziger Jahren enorm wuchs und sich erst zu einer Behörde entwickelte, wurde es in der Zeit mehrfach umorganisiert.⁸⁶ Davon war jedoch zu keinem Zeitpunkt die Abteilung Inland betroffen, an die die Meinungsforschung angeschlossen war. Hier wurde vor allem über den Leiter der Abteilung, Dr. Wolfgang Glaesser, eine kommunikative und organisatorische Kontinuität seitens des Amtes hergestellt, da er von 1950 bis 1973 die Meinungsforschung im Bundespresseamt betreute und damit im gesamten Amt die einzige personelle Kontinuität in der Zusammenarbeit mit den Instituten darstellte.⁸⁷ Die Meinungsforschung war aus Geheimhaltungsgründen nur auf einen kleinen Arbeitsbereich im Presseamt zugeschnitten, so daß er als Leiter der Abteilung dem Bundespressechef sowie dessen Stellvertreter, dem Regierungssprecher, zuarbeitete. Wie wichtig diese persönlich-internen Kenntnisse waren, wird auch dadurch deutlich, daß Glaesser bei politischen Anfeindungen aufgrund seiner Aktivität in der FDP gerade in der »politischen Abteilung« des Bundesamtes beibehalten wurde. Er erhielt 1963 die Leitung der neugeschaffenen Abteilung Information, von der er in der Großen Koalition entbunden und in einen Geschäftsbereich »zur besonderen Verfügung« versetzt wurde. In der sozial-liberalen Koalition bekam er wiederum in der Abteilung Inland die eigene »Nebenabteilung« Meinungsforschung.⁸⁸ Trotz seiner Versetzung blieb er aber wäh-

⁸² Vgl. eine ganze Reihe weiterer Bewerbungen, z. B. des Instituts für Marktanalyse und Meinungsforschung, Mai 1960, BA B 145/5474.

⁸³ Vgl. für die jahrelangen Bemühungen der Institute BA B 145/5473. DIVO erhielt 1958 eine winzige Umfrage für 2 500 DM und wurde in den folgenden Jahren als Kontrollinstitut für bestimmte Fragen benutzt. Vgl. D. BALD, *Atombewaffnung*, 1994, S. 120.

⁸⁴ Sie wurde von Günter Diehl 1965/66 betreut. Vgl. Korrespondenz 1964–1966 darüber, BA B 145/5472.

⁸⁵ Vgl. Studie und Korrespondenz dazu, BA B 145/6140.

⁸⁶ Für die ersten drei Jahre bestanden keine Geschäftsverteilungspläne; danach gab es auf der Abteilungsebene Erweiterungen auf fünf und wieder Rückführungen auf vier Abteilungen. Vgl. H. O. WALKER, *Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung*, 1982, S. 83–95, Organisationspläne im Anhang.

⁸⁷ Die Abteilung Inland besaß die größte Gruppe an parteipolitisch gebundenen Beamten. Vgl. ebd., S. 101f.

⁸⁸ Der Bundeskanzler benannte ihn als Informanten in Bezug auf geheime Koalitionsverhandlungen 1962, so daß er für die FDP als Abteilungsleiter untragbar, aber dennoch erst 1963 abberufen wurde. Vgl. ebd., S. 89f.

rend der Zeit von 1963 bis 1969 ein wichtiger Ansprechpartner sowohl für die Institute wie für die dann zuständigen Mitarbeiter. So war beispielsweise das eher vertraute Verhältnis zwischen Meinungsforschungsinstituten und Presseamt mit dem neuen Abteilungsleiter abgekühlt. Insbesondere das IfD wurde mißtrauischer beäugt. Die Verträge wurden infrage gestellt und die Arbeitsweise bemängelt. Glaesser leistete hier Vermittlungsarbeit, indem er über Verfahrensweisen aufklärte und für eine weitere reibungslose Zusammenarbeit sorgte.⁸⁹ Dies deutet auf eine besondere Bedeutung persönlicher Kenntnisse und Bekanntschaften für die Demokratie hin, deren Zusammenhang sich über persönliche Vorlieben auszuprägen schien: Die Bedeutung eines persönlichen Netzwerkes kann mit den Eckpunkten ›persönliche Bekanntschaft‹, darauf aufruhendem ›Vertrauen‹ und ›Loyalität‹ beschrieben werden, deren Gehalt insgesamt wiederum auf die Geheimhaltung von Umfragen und ihre Zuweisung zum Arkanbereich der Politik bezogen werden kann. Während Neumann enger Berater des Umfeldes Adenauers gewesen war, nahm Stackelberg dies für Ludwig Erhard in Anspruch. Damit waren jeweilige strategische Ansprüche verbunden.

Zu Beginn der fünfziger Jahre entstand ein spezifisches Muster der Zusammenarbeit zwischen den Meinungsforschungsinstituten und den Mitarbeitern des Presseamtes, das heißt zwischen dem Bundespressechef, der seit 1951 als Staatssekretär im Kanzleramt das Bundespresseamt leitete, seinem Stellvertreter, dem Regierungssprecher, dem Abteilungsleiter (Inland) und den Vertretern der Meinungsforschung. Dabei spielte der Abteilungsleiter (unterrichtet durch Glaesser) eine koordinierende und organisierende Rolle, da er Angebote und Studien bewertete und Vorschläge zur weiteren Verwendung oder Einsatzmöglichkeiten unterbreitete. Der Kontakt zum Bundeskanzler wurde über den Staatssekretär oder über den Persönlichen Referenten des Kanzlers hergestellt. So war die Abteilung Inland dafür zuständig, die monatlich gewünschten Fragenkomplexe an die Institute weiterzuleiten, die Berichte dann entgegenzunehmen und an den Kanzler weiterzuleiten. In einzelnen Fällen wurden darüber hinaus weitere Berichte hergestellt und verteilt. Außerdem wurden die Berichtsversionen für eine eventuell stattfindende Pressearbeit angefertigt. Neben diesem Routine-Verfahren gab es jedoch weitere Kommunikationsfäden, die an der Abteilung Inland und teilweise gänzlich am Presseamt vorbeiliefen. Dies war der Fall, wenn Hans Globke direkte Anfragen an Neumann richtete oder dieser Berichte anbot.

In der Regel verblieb die Kommunikation damit innerhalb eines kleinen Kreises von Personen, der sich insbesondere auf den Kanzler ausrichtete. Es leiteten nicht nur der Staatssekretär Otto Lenz und Hans Globke Erkenntnisse der Meinungsforschung an den Kanzler weiter, ebenso schickte das IfD durch Neumann Berichte direkt an Adenauer, auch nach dessen Rücktritt 1963. Dieser widmete den Umfrageergebnissen einige Aufmerksamkeit und übertrug sein zwiespältiges Verhältnis

⁸⁹ Vgl. Korrespondenzen innerhalb des Amtes, die bereits 1962 härtere Töne gegenüber dem IfD anschlagen, BA B 145/5477.

zur Presse auf Umfragen. Waren sie ihm positiv gesonnen, freute er sich über sie, brachten sie negative Nachrichten, stellte er sie infrage. Damit bildete er den Typus üblicher Verhaltensweisen politischer Akteure gegenüber Umfragen heraus, der seitdem kaum variiert: ihren Wert zu bezweifeln, wenn sie nicht den Wünschen entsprachen und sie zu nutzen und zu zitieren, wenn sie gute Nachrichten brachten. Adenauer sorgte aber regelmäßig dafür, daß für die Umfragen ausreichend Geld zur Verfügung gestellt wurde, denn schließlich hatte ihm das IfD die Nützlichkeit seiner Tätigkeit an der eigenen Person vor Augen geführt.⁹⁰ Das Institut hatte seit den ersten Umfragen der Person Adenauers besondere demoskopische Aufmerksamkeit geschenkt, um seine öffentliche Darstellung und Wahrnehmung zu »optimieren«. Zum 80. Geburtstag präsentierte das IfD die Sammlung »Konrad Adenauer – der Staatsmann«, zur Wahl 1961 erschien ein ganzes Buch über die Umfragen zu Adenauer.⁹¹

Zur engen Zusammenarbeit zwischen dem Amt und dem IfD trug das persönliche Verhältnis zwischen dem 1951 neu eingeführten Staatssekretär, Otto Lenz, der für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig war, und Erich Peter Neumann entscheidend bei. Lenz lernte das Ehepaar Neumann im Februar 1951 persönlich kennen und freundete sich mit Neumann an, mit dem er in den folgenden Jahren, über sein Ausscheiden aus dem Staatssekretärsamt 1953 hinaus, eng zusammenarbeitete und den er von Anfang an zu den internen Sitzungen des Bundespresseamtes über die Planungen zur Öffentlichkeitsarbeit einlud.⁹² Neumann wurde zu einem persönlichen Berater des Staatssekretärs, der im Presseamt und darüber hinaus einen großen Apparat zur Öffentlichkeitsarbeit der Regierung im vopolitischen Raum aufbaute.⁹³ Gemeinsam entwickelten sie zur Darstellung der Regierungsarbeit und der Durchsetzung der politischen Ziele neben verschiedenen Gesellschaften und publizistischen Tätigkeiten Ideen und Strategien, so daß sich der stärkere Einsatz des IfD durch das Amt auch auf diese Weise erklärt. Neumann war indes nicht nur über die Umfragen mit dem Presseamt und Lenz verbunden: Er unterhielt eine eigene Beratungsfirma als »Büro für politische und wirtschaftliche Expertisen«, unter deren Briefkopf er Beratungsgutachten und Anleitungen zu weiterer Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung für das IfD anfertigte.⁹⁴ Darüber hinaus betrieb er die

⁹⁰ Vgl. beispielsweise die sofortige Reaktion auf eine von Lenz beklagte Finanznot in Bezug auf für notwendig erachtete Öffentlichkeitsarbeit 1952: O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989, S. 523.

⁹¹ Neumann schickte u. a. ein Exemplar des Sonderbandes an Forstbach, Bundespressechef (1956), BA B 145/1567; E. NOELLE-NEUMANN/E. P. NEUMANN (Hrsg.), *Umfragen über Adenauer*, 1961.

⁹² Das Tagebuch Lenz' weist unzählige Einträge auf, in denen die vielfältigen Bezugspunkte und die enge Zusammenarbeit bis hin zum gemeinsamen Urlaub deutlich werden. Für die Einladung zu einem ersten gemeinsamen Gespräch im BPA vgl. Brief Lenz an Neumann vom 31. 1. 1951, ACDP I-172-066 (16); O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989.

⁹³ Zur Zusammenarbeit zwischen Neumann und Lenz vor allem in Bezug auf Meinungsforschung vgl. E. E. ZERBE, *Öffentlichkeitsarbeit in der Adenauer-Ära*, 2000, S. 67–74.

⁹⁴ Vgl. beispielsweise Neumanns Gutachten zur zukünftigen Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung in Bezug auf Wehrfragen. Für Korrespondenz und Vertrag, November 1960 vgl. BA B 145/1567. Dieser Auftrag wurde über den Etat »Öffentlichkeitsarbeit in Verteidigungsfragen« abgewickelt.

Deutsche Korrespondenz als vorgeblich unabhängigen Informationsdienst für die Presse und war an der Firma »Mobilwerbung« beteiligt, die die Öffentlichkeitsarbeit des Amtes durch Filmvorführungen auf dem Land unterstützte und dazu mit der »Arbeitsgemeinschaft demokratischer Kreise« (ADK) zusammenarbeitete. Die ADK betrieb, finanziert über das Bundespresseamt, Propagandaarbeit für die CDU-Regierung und wurde erst in der Großen Koalition aufgelöst. Sie lieferte zudem »Stimmungsberichte«, die ihre Mitglieder aus allgemeinen Wahrnehmungen und öffentlichen (Partei-)Veranstaltungen zusammenstellten.⁹⁵ Aus der Korrespondenz zwischen Neumann und Lenz geht hervor, wie sehr sich Lenz in seiner Tätigkeit auf das Urteil von Neumann verließ. Die beiden hielten in Bonn regelmäßige Besprechungsrunden ab und korrespondierten per Post und Telefon über Fragen zu Werbebroschüren, genereller Pressearbeit im In- und Ausland und vor allem der positiven Darstellung verschiedenster politischer Themen.⁹⁶ Neumann schickte ihm seine Texte für Veröffentlichungen und Reden und brachte Ideen für Werbekampagnen vor. Zudem fragte Lenz bei ihm Einschätzungen zu Ideen und Angeboten verschiedener Art ab.⁹⁷ Lenz ließ ihn beispielsweise auch die vertraulichen demoskopischen Unterlagen und Schriftstücke der SPD, die er erhalten hatte, auf ihre Aussagekraft und die politischen Absichten untersuchen.⁹⁸ Neumann ließ umgekehrt Lenz Umfragen zukommen, die von anderen Auftraggebern stammten oder Rohdaten (noch nicht verarbeitete Daten), um ihm auf diese Weise einen Informationsvorsprung zu verschaffen.⁹⁹ Darüber hinaus unterstützte Lenz zu Beginn die Auslandsreisen der Neumanns, damit sie entweder zu Tagungen oder zur Beobachtung internationaler politischer Ereignisse reisen konnten.¹⁰⁰ So spielte sich das Team Lenz/Neumann ein, bei dem der eine Information und werbetechnische Beratung, und der andere ausreichend Geld für die Verwirklichung der Ideen mitbrachte. Auch sorgte Neu-

⁹⁵ Vgl. für einen systematischeren Blick auf die ADK J. HOFFMANN, Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung, 1995, S. 254–273, andere Organisationen S. 189–245; für die »Stimmungsberichte« und eine Selbstbeschreibung der ADK vgl. H. E. JAHN, An Adenauers Seite, 1987. Für die weiteren Organisationen im vopolitischen Raum wie dem »Büro Lenz«, Inter Nationes, Gesellschaft Freies Europa sowie der ADK vgl. E. E. ZERBE, Öffentlichkeitsarbeit in der Adenauer-Ära, 2000, S. 74–116; F. A. BUCHWALD, Adenauers Informationspolitik, 1991.

⁹⁶ Vgl. E. E. ZERBE, Öffentlichkeitsarbeit in der Adenauer-Ära, 2000, S. 57.

⁹⁷ Vgl. dafür verschiedene Akten zu Korrespondenzen 1951–1957; ACDP I-172-081 (16); ders. I-172-066 (16); ders. I-172-035 (3).

⁹⁸ Vgl. für Protokoll des Werbe- und Propaganda-Ausschusses der SPD am 19. 1. 1957 und Einleitung der Auswertung »Befunde der öffentlichen Meinung«, ACDP I-172-032 (4); Begutachtung von Sonderfragen der SPD an Emnid durch Neumann in Brief an Lenz 27. 2. 1955, ACDP I-172-036 (3).

⁹⁹ So kümmerte es beispielsweise die Bergische Industrie- und Handelskammer in einer Umfrage, warum es in Remscheid und Solingen die höchste Zahl von KPD-Wählern gäbe. Neumann schickte vertraulich die Umfrage an Lenz und empfahl Aktivitäten der ADK dort, meinte aber, man solle doch die Umfrage nicht weitergeben. Brief Neumann an Lenz am 9. 10. 1952, ACDP I-172-035 (3).

¹⁰⁰ Vgl. Anweisungen für Visa und Extra-Zahlungen über kleinere Summen als Reisevergütung für Beobachtungstätigkeiten im Auftrag des BPA, ACDP I-172-066 (16).

mann selber für weitere Finanzierungsmöglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit.¹⁰¹ Andererseits finanzierte er durch die verschiedenen (eigenen) Vorfeld-Firmen wiederum Umfragen. Dies wurde bezüglich einer Revision der Haushaltsausgaben über die Verwendung der finanziellen Mittel der Deutschen Korrespondenz innerhalb des Amtes kritisiert.¹⁰²

Da das Bundespresseamt ständig finanziell »klamm« war und die Situation für Adenauer 1951 nicht günstig erschien, unternahm einige bundesdeutsche Industrielle ab 1951 den Versuch, über einen gemeinsam gegründeten Verein Werbung für die Bundesregierung und insbesondere das Konzept der sozialen Marktwirtschaft zu machen. Der unter dem Namen »Die Waage. Gesellschaft zur Förderung des sozialen Ausgleichs e. V.« firmierende Verein finanzierte in den folgenden Jahren einige Werbekampagnen, die von der Opposition immer wieder heftig angegriffen wurden.¹⁰³ So unterhielt das IfD zwischen 1951 und 1955 einen lukrativen Vertrag mit dem Verein, den das Institut in allen Werbefragen beriet, indem es Pretests für die Anzeigen und vor allem »Grundlagenforschung« betrieb.¹⁰⁴ Neumann überzeugte Lenz 1952 in einem Brief von dem Vorschlag, mit dieser Vereinigung zusammenzuarbeiten, da er sie als großzügig und die Zusammenarbeit als sinnvoll einschätzte.¹⁰⁵ Nicht zuletzt festigte dies Neumanns Position und sicherte die Auftragslage. Er drängte kurze Zeit später auf eine noch weitergehende Verbindung zwischen Wirtschaft und Presseamt, indem er zu einer geheimen Klausurtagung nach Allensbach einlud. Er wollte dort »offen« reden und Vorschläge unterbreiten, bei denen es sich um Vorüberlegungen zur Bundestagswahl 1953 gehandelt haben dürfte.¹⁰⁶

Die Verbindung von Regierungsinteressen mit kommerziellen Auftraggebern wie der »Waage« wirkte auftragsstimulierend für die Demoskopien, denn sie erweiterte zugleich die Beobachtungshorizonte und Nutzungsperspektiven des Bundespresseamtes. Ab 1953 wurden vor allem durch das IfD Umfragen über die jeweiligen politischen Situationen in einzelnen Bundesländern angefertigt, die auf die jeweils anstehenden Landtagswahlen ausgerichtet wurden.¹⁰⁷ Hinsichtlich dieser Wahlkämpfe stellten sich erste Konkurrenzsituationen zu der Bundesgeschäftsstelle der CDU ein, doch unterlag diese, da Adenauer als Kanzler in die Wahlkämpfe eingriff.¹⁰⁸

¹⁰¹ Neumann stellte den Kontakt zwischen Lenz und einem Vertreter der amerikanischen Gewerkschaften her, der ihnen nach einigen Ausführungen Neumanns eine Million DM versprach. Vgl. O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989, S. 227, 375.

¹⁰² Vgl. Aufzeichnung Hemmerling am 20. 5. 1957 über die Mittelverwendung 1954 und 1955, BA B 145/5476.

¹⁰³ Vgl. zur Geschichte des Vereins D. SCHINDELBECK/V. ILGEN, »Haste was, biste was!«, 1999.

¹⁰⁴ Ebd., S. 72–80.

¹⁰⁵ Brief vom 5. 4. 1952, ACDP I-172–066 (16).

¹⁰⁶ Vgl. Neumann an Lenz am 16. 6. 1952, ebd. Was von diesem Vorhaben verwirklicht wurde, ließ sich nicht feststellen.

¹⁰⁷ Wer dabei im einzelnen als Auftraggeber fungierte, blieb dabei häufig im Dunkeln. Vgl. z. B. Berichte des IfD zur »Stimmung in Niedersachsen«, ACDP I-172–036 (4).

¹⁰⁸ Vgl. im Hinblick auf die Eingriffe in Landtagswahlen im Laufe der 1950er Jahre F. BÖSCH, *Die Adenauer-CDU*, 2001, S. 96–108, 267–282.

Nach der Entlassung von Lenz 1953 übernahm Globke offiziell den Bereich der Umfragen. Die enge Zusammenarbeit zwischen dem IfD und dem Kanzleramt brach nicht ab, da sich das Beobachtungssystem nach seiner Etablierung ausgebaut und gefestigt hatte, und damit nicht mehr auf das personale Netzwerk angewiesen war. Als Frucht der Zusammenarbeit zwischen Lenz und Neumann kam es beispielsweise 1956 zu der Veröffentlichung eines kleinen Büchleins von Lenz beim Verlag des IfD, das auf Umfragen für das Amt beruhte.¹⁰⁹ Im Gegenzug unterstützte das Amt die erste Veröffentlichung des Allensbacher Jahrbuchs der öffentlichen Meinung 1956, deren zweiter Jahrgang ebenfalls durch das Presseamt finanziert werden sollte. Als dies nicht gelang, konnte Neumann Lenz dafür einspannen, sich bei Shepard Stone für eine Finanzierung durch die Ford Foundation einzusetzen.¹¹⁰

Während Lenz zunächst Hinweise auf besondere Umfrageergebnisse an Adenauer weitergab, um auf diese Weise dessen Öffentlichkeitsarbeit zu beeinflussen, gab er sie später (nach seiner Entlassung 1953) in eigener Werbeabsicht weiter.¹¹¹ So bemühte er sich ab 1955 darum, Adenauer Vorschläge für die Gestaltung des Wahlkampfes 1957 zu unterbreiten und ihn davon zu überzeugen, daß er der Richtige wäre, um den Wahlkampf zu leiten.¹¹² Lenz bereitete sein Comeback langfristig mit der Unterstützung Neumanns vor, der ihm Ratschläge bezüglich der Werbelinien und Ausrichtungen des Wahlkampfes gab. 1956 entstand auf Betreiben Neumanns eine große Sonderuntersuchung zum Begriff der »Bürgerlichkeit«, den er als zentrales Assoziationsmerkmal für den Wahlkampf 1957 zu plazieren suchte. In einem Brief an Lenz von Ende 1956 plädierte er daher für einen umfassenden Werbefeldzug, in dessen erster Phase die Parole der »bürgerlichen Regierung« zu benutzen sei, denn dies entspreche »bürgerlicher Lebensauffassung und bürgerlicher Weltanschauung«.¹¹³ Außerdem würde, so Neumann, Lenz dies die Gelegenheit verschaffen,

»[...] eine solche Koordinierung nicht nur zu betreiben, sondern die Führung der ganzen Aktion in die Hand zu bekommen. Vergessen Sie bitte eines nicht: Bis zur Stunde gibt es außer dieser Parole keine andere, die, wenn ich es so sagen darf, sowohl nach oben wie auch nach unten Zugkraft verspricht.«¹¹⁴

Ihm gelang es schließlich, sich für den Wahlkampf in einer zentralen Stelle zu positionieren, doch die Planungen mit Lenz konnten nicht mehr realisiert werden, da dieser im Mai 1957 verstarb.

¹⁰⁹ O. LENZ, *Die soziale Wirklichkeit*, 1956.

¹¹⁰ Brief Neumann an Lenz am 17.7.1956, ACDP I-172-081 (16); E. NOELLE-NEUMANN/E. P. NEUMANN (Hrsg.), *Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1947-55*, 1956.

¹¹¹ Allerdings dachte er wohl auch schon zu früherer Zeit an die eigene Profilierung. So ärgerte er sich in seinem Tagebuch darüber, daß Globke das neue Umfragematerial in einer CDU-BuVo-Sitzung vortrug und nicht er. Vgl. O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989, S. 667.

¹¹² Für die Hinweise und Reaktionen Adenauers darauf: Korrespondenz mit Adenauer, ACDP I-172-058 (1-3). Hier findet sich auch ein Brief vom 15.5.1955, in dem er ihn auf die Notwendigkeit eines frühen Beginns des Wahlkampfes hinweist.

¹¹³ Brief vom 18.12.1956, ACDP I-172-032 (4).

¹¹⁴ Ebenda.

An der Untersuchung zum Bürgerlichkeitsbegriff zeigte sich, wie sehr die Beobachtung der Bevölkerung nicht nur auf die Haltung gegenüber bestimmten Themen ausgerichtet war, sondern auf die Assoziationsfähigkeit der Wählerschaft beziehungsweise auf deren Erfassung und Ansprechbarkeit auf ›Weltbilder‹. Der Terminus erwies sich als hochgradig anschlussfähig, so daß er geeignet schien, für verschiedenste Aspekte der Regierungspolitik Zustimmung zu evozieren. Dieses instrumentelle Denken einer an geplanter Aufmerksamkeit ausgerichteten Öffentlichkeitsarbeit, die zum Zwecke der Zustimmungsmaximierung auf die Simulation einer mehrheitlichen Interessenvertretung und auf entsprechende Kommunikation abzielte, wurde auf alle erdenklichen politischen Inhalte angewendet. Der Meinungsforschung kam die entscheidende Rolle zu, die grundlegende Beobachtung vorzunehmen und vorzugeben, auf welcher Basis die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung oder der CDU erfolgen sollte. An den Akten des Amtes läßt sich beobachten, wie das Bundespresseamt aufgrund der spezifischen Akteurskonstellation dieses Lenkungspotential früh erkannte und für eine Steigerung seiner Bedeutung einzusetzen wußte. Einige politische Akteure unterlagen einer Mißdeutung dieses Instruments, wie zumindest die Korrespondenz zwischen einzelnen Politikern und dem Bundespresseamt zeigt. Zu Beginn der fünfziger Jahre gingen sie von der normativ bestimmten Vorstellung aus, es gäbe nur Meinungsforschung im Namen der Bundesregierung als einem der Regierung zur Verfügung stehendem Geheimwissen, so daß die Institute (aufgrund der finanziellen Abhängigkeit) ihre Interessen denen der Regierung unterordnen und entsprechend publizistisch agieren müßten. So beschwerte sich einmal Ludwig Erhard 1951 bei Lenz über einen Artikel über eine Umfrage des IfD, die er für »instinktos« hielt¹¹⁵, ein anderes Mal beschwerte sich Theodor Oberländer als Bundesminister für Vertriebene, Flüchtlinge und Kriegsgeschädigte über einige Publikationen und eine Untersuchung des IfD zur Ministeriums-Klientel. Die Umfrage hatte zu Aufsehen in der Auslandspresse geführt, so daß das Bild der Bundesrepublik im Ausland wieder als Argument ins Feld geführt wurde.¹¹⁶ Er versuchte sogar, mit einem Gegengutachten die Befunde des IfD zu widerlegen. Doch die Auseinandersetzung verlief im Sande, so daß Neumann abschließend ein klärendes Gespräch mit Oberländer führen konnte.¹¹⁷ Diese Mißverständnisse wurden aber bald von den Lernerfolgen der Ministerien verdrängt, welche nach dem Vorbild des Presseamtes mit den Umfrageergebnissen Politik zu machen versuchten, indem sie eigene Umfragen in Auftrag gaben, um andere Untersuchungsergebnisse mit ihren Ergebnissen zu entwerten. So wurde eine vom Bundesarbeitsministerium bei Emnid in Auftrag gegebene Umfrage zur Rentenreform erfolgreich gegen eine mit negativen Ergebnissen behaftete Umfrage des Spa-

¹¹⁵ Es ging um eine Umfrage in München: »Haben Sie schon ihre Kohlen für den nächsten Winter?« Vgl. Korrespondenz Erhard/Lenz/IfD im Oktober 1951, ACDP I-172-035 (2).

¹¹⁶ Vgl. ausführliche Korrespondenz zwischen Oberländer, dem BPA und dem IfD Februar/März 1954, BA B 145/1566.

¹¹⁷ Das Gegengutachten stammte von Dr. Franz Lorenz, Institut für empirische Soziologie Hannover-Bamberg und Mitglied im »Göttinger Arbeitskreis«.

erschutzbundes eingesetzt.¹¹⁸ Die Vorgehensweise, wie überhaupt die Idee, Defizite in ihrer Öffentlichkeitsarbeit aufzudecken und zu bearbeiten, fußte auf der Vorstellung, daß Zustimmung organisierbar und planbar wäre, wenn genügend Wissen darüber vorhanden war, was die potentiell Zustimmungenden, also das Wahlvolk, von einem bestimmten Sachverhalt hielten oder eigentlich wußten. Davon ausgehend sollten Wissenslücken gefüllt und durch den Lernerfolg Zustimmung erzeugt werden. Allerdings bezog sich diese Vorstellung nicht mehr oder kaum noch auf politische Inhalte, sondern auf deren Kommunizierbarkeit gegenüber dem Wahlvolk. Dieses strategische Denken wuchs in den folgenden Jahren durch eine umfängliche Beobachtung mittels Meinungsforschung zu einer umfassenden Planung von Wahlkampagnen und der Darstellung von Regierungspolitik heran, die einer professionellen Beratung bedurfte. Der informelle Kreis der Berater um Adenauer entwickelte sich bei seinem Nachfolger zu einem regelmäßig tagenden und auch formell legitimierten Kreis, der sich für den Wahlkampf 1965 als »Kolloquium der Werbeberater« konstituierte und auch mit offiziell abgeordneten Mitarbeitern aus den verschiedenen Bereichen aus dem Bundeskanzler- und -presseamt besetzt war.¹¹⁹ Die Mitglieder diskutierten auf einer Grundlage von politisch-inhaltlichen Referaten (zur Unterrichtung der Vertreter der Werbebranche) und demoskopischen Daten über die effektivste Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung. Indem sich die Beratung schleichend in die Experten für die Volksmeinung und in die Experten für deren Ansprache, die Werbeberater, ausdifferenzierte, veränderte sich langsam die Vorgehensweise und Nutzung der Meinungsforschung durch das Presseamt. Auf diese Weise wurde die umfassende Beratungstätigkeit Erich Peter Neumanns auf seine Bedeutung als demoskopischer Berater zurückgestutzt. Noch 1966 vermochte er es, die aus dem Amt an ihn herangetragene Idee, doch Telefonbefragungen durchzuführen, um schneller reagieren zu können, mit einem Gutachten abzulehnen und so das Presseamt vorerst zu einem Verzicht auf dieses Instrument zu bewegen.¹²⁰

Die demoskopische Beobachtung hatte sich im Bundespresseamt mit ihrem System eingerichtet, ohne daß bis 1964, als erste Aufträge an andere Institute vergeben wurden, sichtbare Veränderungen erfolgten. Die Grundlagen der Funktionsmechanismen der Meinungsforschung in der Arbeit der Bundesregierung waren bereits in den frühen fünfziger Jahren gelegt worden, wobei die Meinungsforschungsinstitute erst durch feste Verträge in die Lage versetzt wurden, entsprechende Abteilungen zur politischen Meinungsforschung aufzubauen. Neben der ökonomischen Starthilfe leisteten das Bundespresse- und Informationsamt und insbesondere die Arbeitskonstellation mit dem IfD den Einstieg in eine andere Art der Beobachtung von Wirklichkeit, die die Regierungspartei CDU erst noch lernen mußte.

¹¹⁸ Vgl. den über den Erfolg der Öffentlichkeitsarbeit stolzen Bericht vom 16. II. 1956, BA B 145/1569.

¹¹⁹ Vgl. BA B 136/3911.

¹²⁰ Vgl. Korrespondenz und Gutachten von Neumann 1966, BA B 145/5479.

2. Der Kampf um Kompetenzen: Die Etablierung der Meinungsforschung in der CDU 1952–1962

Auf der Bundesebene konnte sich die CDU als Organisation erst während der fünfziger Jahre etablieren. Ihre Ausstattung war zu Beginn äußerst dürftig, so daß eine Ausdifferenzierung mit einer spezifischen Arbeitsteilung, geschweige denn eine organisatorische Spezialisierung auf verschiedene Aufgaben schwer zu erzielen war. Daher ist die Frage nach der Etablierung der Meinungsforschung für die fünfziger Jahre zunächst vornehmlich in den organisatorischen Kontext zu stellen. Vor dem Hintergrund der ungefestigten Position der CDU auf Bundesebene spielte aber auch die Kommunikation sowohl zu den Untergliederungen als auch nach außen mit Hilfe der Meinungsforschung eine Rolle. Wie verbanden sich Organisation und Meinungsforschung vor dem Hintergrund der Kämpfe um Ressourcen und Macht innerhalb der Partei und in Konkurrenz zum Bundeskanzleramt, welche Rolle kam dabei der Kommunikation nach außen zu? Bei dieser Fragestellung spielen, wie in allen Betrachtungen des Zusammenhangs von Meinungsforschung und Parteien, die Wahlkämpfe als spezifische Zeiträume kommunikativer Verdichtung und finanzieller Ressourcenbereitstellung eine besondere Rolle.¹

a) Lernvorgänge: Demoskopische Anfänge der Bundespartei

Die Organisation der CDU erwies sich in den ersten Jahren ihrer Existenz auf Bundesebene als eine überaus dürftig strukturierte und mit geringen Kompetenzen ausgestattete Organisation. Erst im Jahr nach der Regierungsübernahme formierte sich die CDU als Bundespartei, nachdem ihre als Landesverbände zusammengeschlossenen regionalen Einheiten zuvor nur lose über das Generalsekretariat in Frankfurt verbunden gewesen waren. Aufgrund der in den Jahren zuvor gewachsenen föderalen Strukturen war die Bundespartei von den relativ autonomen Landesverbänden abhängig und hatte wenig Entscheidungsbefugnis oder eigene Ressourcen. Ihre Aufgaben wurden als Unterstützung der Gremien auf Bundesebene, der Publikations- und Pressearbeit sowie Vorbereitung und Koordinierung von Wahlkämpfen definiert.² Das Durchsetzungsvermögen wurde desweiteren durch die Situation er-

¹ Einschränkung ist für den Fall der CDU zu bemerken, daß die Quellenlage mit Blick auf die Organisation nicht allzu dicht ist. Teilweise wurden die Unterlagen der unteren Organisationsebenen noch nicht erfaßt, zumal bei der Einrichtung des Archivs die Akten nicht nach Provenienzprinzip bearbeitet und so Unterlagen z.B. nach Themen und nicht nach Entstehung zusammengefaßt wurden. Dies bringt für die Nachverfolgung und Analyse einer entstehenden Zusammenarbeit zwischen der Parteiorganisation und der Meinungsforschung zusammengekommen einige Nachteile. Diese konnten für die ersten Jahre der Demoskopie in der CDU durch den Nachlaß Karl-Georg von Stackelbergs recht gut ausgeglichen werden.

² Wie stark die Geschäftsstelle tatsächlich gegenüber den Landesverbänden war, ist umstritten. Schönbohm meint z.B., daß die Bundeszentrale ihre Aufgaben nur durch die Hilfe der Landesverbände und der Finanzierung über Dritte erfüllen konnte und damit die Landesverbände völlig autonom agierten. Bösch hingegen spricht ihr in seiner Studie einige Kompetenzen und Eingriffsmöglich-

schwert, daß die Bundesgeschäftsstelle von hauptamtlichen Mitarbeitern ohne Parteiämter getragen wurde und ihr das Ansehen einer Verwaltungsstelle zuwuchs. Hauptamtliche Mitarbeiter galten als ›Funktionäre‹, waren unpopulär und konnten in der CDU jenseits der als ›Verwaltungsarbeit‹ zu verstehenden internen Parteitätigkeit keine Karriere machen.³

Daß die aus föderalen Machtinteressen heraus minder ausgestattete Bundesgeschäftsstelle ein Problem für die Parteiarbeit darstellte, zeigte sich anhand der Auseinandersetzungen über das Statut der Bundespartei und die Kämpfe um die Führungskompetenzen. Während Adenauer sich eine Partei wünschte, die als Wahlkampfmaschine arbeitete und sich wohl auch aus diesem Grund pünktlich vor Wahlen über den schlechten Zustand der Parteiorganisation ausließ, machte er keine wirksamen Anstalten, das Machtvakuum an der Führungsspitze der Partei zu füllen: Seine Bemühungen endeten dort, wo er selber nicht mehr unangefochten über die Führungsspitze hätte verfügen können. Schließlich konnte es ihm aus eigenem Interessenkalkül auch nicht daran gelegen sein, seine politische Entscheidungsmacht durch eine eigenständige Formulierung von Politik aus der Partei heraus zu beeinträchtigen. Die Gremien der Bundesebene wurden entweder von Adenauer in dem, was sie zu entscheiden hatten, geschickt gelenkt oder wurden von nicht den Statuten entsprechenden Gremien wie der Landesvorsitzendenkonferenz in ihren Entscheidungsbefugnissen beschnitten.⁴ Zudem wirkte das politische Modell einer auf Harmonie und Integration abgestimmten Parteikultur, die lediglich kontrovers diskutierte, nicht förderlich für die Unterstützung der Bundesgeschäftsstelle.⁵

Außerdem wurden die führenden Positionen in der Partei in den fünfziger Jahren zwar mit angesehenen Politikern besetzt, die jedoch aufgrund ihrer anderweitigen Verpflichtungen ihren Aufgaben in der Parteiorganisation nur am Rande nachkamen. So war das Geschehen in der Bundesgeschäftsstelle von der jeweiligen Personenkongstellation in der Führungsspitze der CDU und den gegebenen Umständen abhängig. Auch der im Frühjahr 1952 gegen Adenauers Willen eingesetzte Bundesgeschäftsführer, dessen Stelle nach einem Vorschlag Kurt Georg Kiesingers mit Bruno Heck besetzt wurde, konnte an dieser Situation zunächst nichts ändern.⁶ Der Ausbau der Bundesgeschäftsstelle begann erst im Vorfeld der Bundestagswahl mit

keiten gegenüber den Landesverbänden zu, indem er dem Bundesvorstand Integrationsmacht und der Bundespartei dank der Parteienfinanzierung eine relative finanzielle Autonomie gegenüber den Landesverbänden zuweist. Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 50; F. BÖSCH, Die Adenauer-CDU, 2001, S. 195–215; zum Verhältnis zwischen Bundespartei und Landesverbänden vgl. auch J. SCHMID, Die CDU, 1990.

³ Vgl. F. BÖSCH, Die Adenauer-CDU, 2001, S. 254 ff.; W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 42.

⁴ Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 34 f.

⁵ Entsprechend wertet Bösch die Gremien der Partei als kommunikative Integrationsarbeit, die auch Macht entfaltete, aber keine formale organisatorische Stärkung erreichte. Vgl. F. BÖSCH, Die Adenauer-CDU, 2001, S. 237–266.

⁶ Vgl. B. HECK, Adenauer und die CDU, 1976, hier S. 200 f.; J. ARETZ, Bruno Heck, 1997, hier S. 216 ff.

einer bescheidenen Aufstockung der Mitarbeiterzahl von 50 (Stand seit Gründung 1950) auf 64 Personen.⁷ Die Struktur richtete sich an den zu erfüllenden Aufgaben aus: Eine Abteilung kümmerte sich allgemein um die internen Arbeitsangelegenheiten, eine weitere Abteilung um die Publikation von Parteimaterialien und die dritte Abteilung umfaßte Organisation und Werbung.

Gegenüber der inhaltlichen Beschäftigung mit Themen gewann der Bereich der internen Organisation und damit auch der interne Informationsfluss an Gewicht, da verschiedene Gremien zu organisieren und die Führungsspitze zu informieren war. Zu diesem Zweck war bereits 1950 eine erste systematische Beobachtung der Öffentlichkeit durch eine Pressedokumentation begonnen worden, die durch die Sammlung unterschiedlichster Informationen ergänzt wurde. Diese Sammlung von Informationen hatte zunächst einen eher anschaulichen Charakter, wenn zum Beispiel die Bundesgeschäftsstelle in den ersten Jahren verschiedene interne wie veröffentlichte Dokumente zur Analyse von Wahlergebnissen und Überlegungen zu möglichen Sitzverteilungen unter dem neuen westdeutschen Wahlsystem und Wahlrecht zusammentrug.⁸ Berichte der einzelnen Landesverbände über ihre Wahlergebnisse bei der ersten Bundestagswahl wurden genauso gesammelt wie Zeitungsartikel zu Kommunalwahlen.⁹ Aus den Berichten der Landesverbände geht hervor, wie wenig Aufmerksamkeit sie in den ersten Jahren den Wählern schenkten, sondern sich dem Wahlsystem widmeten. Daß das als leicht veränderbar galt, war deutlich daran zu erkennen, daß häufig auf die Verschiebung in den Sitzverteilungen durch ein anderes Wahlsystem hingewiesen wurde. Entsprechend der Vorstellung, daß Wahlentscheidungen schwieriger zu beeinflussen seien als das Wahlrecht, konzentrierte sich die Abteilung Organisation und Werbung auf die Gestaltung der Parteitage. Diese besaßen für die Partei einen wichtigen Stellenwert in der Außendarstellung und hatten damit auch intern für die Profilierung der Geschäftsstelle Bedeutung.¹⁰

Die Überlegungen zum Wahlrecht hatten bereits im Vorfeld der Wahl zum ersten Deutschen Bundestag einen sogenannten »Arithmetiker-Ausschuß« beschäftigt, der sich im Frühjahr 1949 zusammenfand, um das zu erwartende Ergebnis einer westdeutschen Wahl nach reinem und relativem Mehrheitswahlrecht anhand der vorhandenen Wahlergebnisse der einzelnen Länder durchzurechnen und die jeweiligen Chancen der CDU/CSU zu bestimmen. Zu diesem Zeitpunkt war die Idee, das zu erwartende Ergebnis per Umfrage zu prognostizieren, weit entfernt vom Vorstellungshorizont der politischen Akteure, auch wenn sich erste Umfragen zur Wahlabsicht bereits in der Presse fanden.¹¹ Auch wenn einige Akteure wie Erhard und Adenauer bereits Ergebnisse thematischer Umfragen in der Hand gehabt hatten, so war doch die Vorhersage von Wahlen etwas anderes.

⁷ Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 50.

⁸ Vgl. beispielsweise Zeitungsausschnitte zu Landtagswahlen 1950 und 1951 sowie interne Analysen zur bayrischen Landtagswahl dazu: ACDP VII-003-043/2.

⁹ Vgl. ACDP VII-003-046/1 und VII-003-001/3.

¹⁰ Vgl. auch dazu F. BÖSCH, Die Adenauer-CDU, 2001, S. 239–244.

¹¹ Vgl. für die Berichterstattung über Meinungsumfragen Kap. 5.1.

In den ersten Jahren der Bundesrepublik blieben damit die rein auf Erfahrungswerten vorangegangener Wahlen berechneten Prognosen eine beliebte Methode, um der Ungewißheit des Wahlausgangs zu entkommen. So finden sich für die Landtagswahl 1951 in Niedersachsen wie für die Bundestagswahl 1953 Berechnungen nach ähnlichen statistischen Maßgaben wie 1949: Für die Landtagswahl in Niedersachsen wurden 1951 nach Vorgesprächen zu wahltaktischen Zusammenschlüssen mit kleineren Parteien – die CDU fusionierte schließlich mit dem BHE – akribische Berechnungen über die zu erwartende Sitzverteilung angestellt und Empfehlungen gegeben, wie in welchen Wahlkreisen zu verfahren sei.¹² Auf diese Weise wurde allerdings weniger eine Prognosetätigkeit verfolgt als die Möglichkeit, die CDU als Sammlungsbewegung des bürgerlichen Lagers gegen die drohende Gefahr einer als übermächtig imaginierten SPD darzustellen und die kleineren Parteien an sich zu binden. Die Bedrohung des bürgerlichen Sieges aufgrund der Zersplitterung des Lagers schien in den Überlegungen klar durch, wenn vor den radikalen Parolen der kleinen Parteien gewarnt wurde, die den Wahlkampf unnötig schwer machten und radikalisierten, statt die breite Masse der Wähler aufzusaugen.¹³ Für die Bundestagswahl 1953 wurden ebenfalls Überlegungen angestellt, wie Wahlverabredungen die größtmöglichen Chancen auf einen Wahlgewinn bieten könnten.¹⁴ Der Schwerpunkt lag auf den möglichen Koalitionen zur Verhinderung von SPD-Mandaten in Norddeutschland, da hier aufgrund der verfestigten protestantisch geprägten national-konservativen Milieus die CDU alleine keine Chance besaß, Direktmandate zu erringen.¹⁵ Diese Überlegungen zu Zusammenschlüssen wurden danach von Ideen zur Änderung des Wahlsystems zugunsten eines Mehrheitswahlrechts beziehungsweise eines substantiell veränderten Verhältniswahlrechts im Zuge der Durchsetzung der CDU als Sammlungspartei abgelöst und immer wieder in den folgenden Jahren vorgebracht.¹⁶

Parallel zur Sammlung und Bereitstellung solcher Unterlagen gewann die Beobachtung der Wählerschaft mit dem Interesse, sie nach eigenen Wünschen zu beeinflussen, schnell an Bedeutung. Diese Beobachtung wurde in den folgenden Jahren zu einer Kernaufgabe der Bundesgeschäftsstelle. Die Geschäftsstelle nahm sich die Vorgehensweise des Bundespresseamts und die Verwendung jener Beobachtungsinstrumente zum Vorbild, die das Kanzleramt dazu nutzte, Parteipolitik (deckungsgleich mit der Regierungspolitik) für die Bundespartei mit zu erledigen. Im Rahmen der Bundestagswahl 1953 wollte und mußte die Bundesgeschäftsstelle deswegen ihre Daseins-

¹² Vgl. »Die Aussichten der niedersächsischen Landtagswahl 1951« vom 18. 1. 1951, ACDP VII-003-033/1. Diese Listen wurden bis 1957 angefertigt: Vgl. entsprechende Wahlkreisliste für 1957 ACDP I-366-039/2.

¹³ Vgl. ACDP VII-003-033/1.

¹⁴ Vgl. Helmut Unkelbach, »Über die Wirkungen von Wahlverabredungen bei dem Wahlsystem zum zweiten Deutschen Bundestag«, 21. 7. 1953, ACDP VII-003-045/1.

¹⁵ Vgl. F. Bösch, *Das konservative Milieu*, 2002, S. 139–147, 96–108; ders., *Die Adenauer-CDU*, 2001.

¹⁶ Vgl. auch H. UNKELBACH, *Grundlagen der Wahlsystematik*, 1956.

berechtigung unter Beweis stellen. Der frisch aus dem Kultusministerium kommende Bruno Heck stellte in einer Sitzung des Bundesvorstandes am 13. Juni 1952 sowohl die Arbeit der Geschäftsstelle wie auch bereits deren Planung in Bezug auf den kommenden Wahlkampf vor. Darin sprach er davon, daß man »eine Wahlkartei mit soziologischer und politischer Analyse vorbereitet [habe], der außerdem noch eine genaue Anweisung für Kreisgeschäftsführer« hinzugefügt werde.¹⁷ Damit erhob er gemäß der der Bundesgeschäftsstelle per Statut zugewiesenen Aufgabe den Anspruch, den Wahlkampf aus der Zentrale der Partei heraus zu leiten, relativierte ihn aber zugleich durch die konkrete Beschränkung auf die Unterstützung der Kreisverbände. Seine Absicht war demnach, parallel zum Presseamt tätig zu sein, ohne ihm dessen Rolle wirklich streitig zu machen. Er stellte entsprechend neben Otto Lenz den Berichterstatter zu den Wahlkampf vorbereitungen im Parteivorstand der CDU dar, wurde jedoch von Adenauer nicht als solcher akzeptiert. Daß Adenauer ihm die Erfüllung dieser Aufgabe nicht zutraute und generell ihm nicht viel Gewicht zumaß, war nicht nur an immer wieder fehlgeschlagenen oder abgeblockten Kommunikationsversuchen Hecks ersichtlich, sondern auch daran, daß Adenauer entgegen aller Zuweisungsmöglichkeiten und unabgesprochen im folgenden Wahlkampf Franz Meyers zum parallelen Wahlkampfleiter machte. Laut Heck empfing Adenauer ihn nicht und er durfte auch nicht an den Vorbesprechungen teilnehmen, so daß er sich die Informationen mittelbar von den stellvertretenden Vorsitzenden oder Meyers besorgen mußte.¹⁸

Zum Wahlkampf 1953 war mit der Kartei der Bundeszentrale eine soziologisch fundierte politische Orientierung über ihre Wählerschaft, für jeden Wahlkreis aufbereitet, gemeint. Sie sollte der rechtzeitigen Aktivierung der wenigen, der Geschäftsstelle unbekannt und sich eher im Winterschlaf befindenden lokalen Parteiverbände dienen. Zumindest auf der Bundesebene hatte sich damit die Praxis, die Wählerschaft nach soziologischen Kategorien politisch abzubilden, durchgesetzt. Niemand fand anscheinend diese statistische Art der Einteilung der Wahlbevölkerung in der Sitzung unverständlich, zumal aus der Tradition des Zentrums heraus solche statistischen Betrachtungen als Wahlanalysen bekannt sein konnten.¹⁹

In die demoskopisch gestützte Darstellung der politischen Situation und den daraus folgenden Schlüssen zur Kommunikation gegenüber der Wählerschaft führte Otto Lenz wenige Monate später die Mitglieder des größten Gremiums auf Bundesebene, dem Bundesparteiausschuß, ein.²⁰ Auf diese Art und Weise wurde ein größerer Kreis politischer Akteure auf der Bundesebene mit dem noch exotisch erscheinenden Instrument der Meinungsforschung als Art der Darstellung der Wählerschaft, ihren Wünschen und potentiell Wahlverhalten in Berührung gebracht.

¹⁷ Protokoll der Sitzung am 13. 6. 1952, G. BUCHSTAB, Protokolle 1950–53, 1986, S. 123.

¹⁸ Vgl. B. HECK, Adenauer und die CDU, 1976, hier S. 199 f.; W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 38.

¹⁹ Vgl. J. SCHAUFF, Katholiken und die Zentrumspartei, 1928. Er war bereits in der Weimarer Republik politisch aktiv und befreundet mit anderen Zentrumspolitikern wie Heinrich Krone.

²⁰ Vgl. Protokolltext zum Vortrag »Das politische Klima in der Bundesrepublik« ACDP VII-001–19/II. Adenauer hatte ihn dazu verpflichtet. Vgl. O. LENZ, Im Zentrum der Macht, 1989, S. 427 und 430.

Unter dem Titel »Das politische Klima in der Bundesrepublik«, einer den IfD-Berichten entlehnten Überschrift, legte Lenz dar, wie sehr die Politik von einer demoskopischen Beobachtung der Wählerschaft profitieren könne. In seinen Erläuterungen folgte er der Argumentation der Demoskopien, die mit ihrer quantitativen Befragung eines repräsentativen Querschnitts der Bevölkerung die öffentliche Meinung zu erfassen suchten und dabei andere Definitionen als ihre auf das Sample bezogene Definition von öffentlicher Meinung ablehnten. Die »wahre« öffentliche Meinung ließ sich eben weder durch die Medien abbilden noch durch eigene Beobachtung erschließen, da diese Perspektive verzerrt sei. Demzufolge lieferten demoskopische Beobachtungen der Bevölkerungsmeinung erst die Information, die ein Politiker bräuchte, um sich über den Willen der Bevölkerung zu informieren. Anhand von Beispielen erläuterte er die soziologische Aufteilung der Wählerschaft nach Geschlecht, Konfession und Beruf, um den Zuhörern die Repräsentativität von Umfragen zu erklären und ihnen deren erstaunliche Erkenntnisse näher zu bringen. In einem Parcours durch alle gängigen Fragestellungen der frühen politischen Demoskopie von den thematischen über partei- und personenbezogene Fragestellungen bis hin zu Begriffsuntersuchungen erläuterte er im Namen der Demokratie und einer verantwortlich handelnden Politik den Informationsgewinn der Politik durch die Demoskopie. Daß von Seiten der Zuhörer großes Interesse an seinen Ausführungen und Zahlen bestand, machten verschiedene Zwischenrufe zur Zusammensetzung der verschiedenen Wählerschaften von CDU und SPD deutlich.

Wie sehr die wahlsoziologisch geprägte Perspektive Eingang in die Betrachtungsweisen der politischen Akteure fand, läßt sich anhand der Wortprotokolle des Bundesvorstands ersehen, in denen sich in den ersten zwei Jahren des Bestehens des Gremiums kaum Hinweise auf Umfragen, jedoch die Spuren einer soziologisch inspirierten Betrachtungsweise von Wahlverhalten ausfindig machen lassen. An verschiedenen Ausführungen politischer Akteure im Bundesvorstand aus Anlaß unterschiedlicher Wahlen wird dies deutlich: Hier erfolgte nicht nur eine exakte Beschreibung der Stimmenverhältnisse mit Hilfe der amtlichen Wahlstatistik und weiterer Informationen der statistischen Ämter, es wurde auch eine Aufbereitung der Zahlen in Bezug auf Wählerbewegungen nach einzelnen Wählergruppen unternommen. Zu der Identifikation bestimmter Bevölkerungsgruppen bezüglich ihres Wahlverhaltens wurden Unterscheidungen nach Jungwählern und Flüchtlingen ebenso wie nach Frauen und nach ländlicher/städtischer Bevölkerung vorgenommen. Sie wurden als spezifisch zu bearbeitende Zielgruppen entdeckt, ohne daß jedoch diese Bezeichnung hier bereits Verwendung gefunden hätte. Vielmehr wurden sie als natürlich entstehende Interessengruppen aus ihren Dispositionen heraus ermittelt. Dementsprechend sollten sie auch angesprochen werden, doch erfolgte die Analyse der Gruppen und ihrer Ansprache in der Werbung weiterhin vornehmlich über das Bundespresseamt.²¹

²¹ Vgl. für die demoskopisch gefilterte Ansprache von Frauen M. E. SPICKA, *Gender, Political Discourse, and the CDU/CSU*, 2002. Der Definition und Ansprache nach Zielgruppen sowie den Frauen als Exempel dieser Denk- und Vorgehensweise ist auch das Teilkapitel 4.2.b gewidmet.

Franz Meyers führte in diesem Sinne anlässlich von Kommunalwahlen in Nordrhein-Westfalen aus, daß die Organisation der SPD zum Vorbild zu nehmen sei und die zentralen Geschäftsstellen zu einer starken Organisation umgebaut werden müßten. Dabei hatte er mehr als landesverbandliche Probleme im Blick:

»Von hier aus [einer zentralen und straffen Organisationsstelle, A. K.] könnte die Entwicklung der Partei beobachtet und beeinflußt werden. Jede Wahl müßte ausgewertet werden. Rote oder sonstige Einbruchstellen müßten, kartographisch festgehalten, auf den ersten Blick die gefährdeten Stellen im Lande erweisen. Von hier könnte Parteipolitik auf lange Sicht getrieben werden, damit wir nicht gezwungen sind, politisch gewissermaßen von der Hand in den Mund zu leben.«²²

In diesen Ausführungen mit einer eindeutig instrumentellen Sichtweise auf Meinungsforschung finden sich Argumentationsmuster der Demoskopie und ihrer Versprechen wieder. So wird betont, daß die Umwelt sowie die Partei selbst mittels Umfrageforschung objektiv zu beobachten sei, daß sie Gefahrenstellen aufzeigen und diese sichtbar herausheben könne, um damit eine Planung und vor allem Sicherheit politischen Handelns zu ermöglichen, mithin Steuerung zu verwirklichen. Doch bis zur Bundestagswahl 1953 war es hauptsächlich Otto Lenz, der mit Meinungsumfragen argumentierte und die jeweilige politische Situation damit zu kennzeichnen versuchte.

Nach der Bundestagswahl 1953 etablierte sich die demoskopische Darstellungsweise der politischen Situation erst langsam, auch wenn die soziologischen Begrifflichkeiten in wahlanalytischen Ausführungen stärker Verbreitung fanden. Adenauer war der erste Politiker nicht nur in dieser Runde, der ab 1955 Umfrageergebnisse für seine politische Argumentation nutzte – zuvor hatte er Daten lediglich als reine Illustration benutzt.²³ Im Kabinett wurden diese Informationen früher und häufiger gegeben, doch ist dies auch mit der Geheimhaltungspolitik des Kanzleramtes beziehungsweise Presseamtes zu erklären, da die Minister die Umfragedaten regelmäßig erhielten.²⁴ Aus den Protokollen der Bundestagsfraktion geht hervor, daß dort erst ab 1959 demoskopische Daten (IfD und Emnid) verwendet wurden. Neben Adenauer war Heinrich Krone der einzige, der sie – vor allem als Daten zur Kennzeichnung der politischen Lage – benutzte.²⁵

²² Vgl. z. B. die Ausführungen zu den Gruppen in einer Wahlanalyse zur Kommunalwahl in NRW 1952 von Franz Meyers, Protokoll der Sitzung 26. I. 1953, G. BUCHSTAB, Protokolle 1950–53, 1986, S. 335f.

²³ Vgl. für seine Argumentation am Beispiel einer Umfrage zur Wehrpflicht, Protokoll der Sitzung am 2. 5. 1955, G. BUCHSTAB, Protokolle 1953–1957, 1990, S. 470.

²⁴ Vgl. Angaben in O. LENZ, Im Zentrum der Macht, 1989, S. 362; vgl. auch z. B. 242. Kabinettsitzung am 28. 8. 1952, G. Einstellung der Bevölkerung gegenüber der Bundesregierung und weitere Thematisierungen von durchgeführten oder möglichen Umfragen (187. Kabinettsitzung am 20. November 1951, Punkt A.; 78. Kabinettsitzung am 30. 3. 1955, Punkt F.), URL des Bundesarchivs: (<http://www.bundesarchiv.de/kabinettsprotokolle/web/index.jsp>). Eine Stichwortsuche zeigt eine kontinuierliche, aber geringfügige Nennung demoskopischer Daten, zumindest soweit dies aus dem teilweise stichwortartigen Charakter der Protokolle zu ersehen ist.

²⁵ Allerdings ist bei den Protokollen zu berücksichtigen, daß es sich lediglich um (knappe) Ergebnisprotokolle handelt. Es kann durchaus sein, daß an der ein oder anderen Stelle bereits früher Daten

Ab 1956, wahrscheinlich den Umständen der sich lockernenden Geheimhaltung und einem anzunehmenden Gewöhnungsprozeß geschuldet, nahmen auch im Bundesvorstand politische Akteure vermehrt demoskopische Untersuchungsergebnisse in ihre Beiträge auf.²⁶ Adenauer verwendete Umfragezahlen, um damit intern Landesverbände beziehungsweise deren politische Spitzen unter Druck zu setzen, wenn die Ergebnisse nicht zufrieden stellend waren. So erhielten die zwei Landesvorsitzenden von Hamburg und Rheinland-Pfalz 1957 Schreiben von Adenauer, in denen er ihnen ihre demoskopischen Abweichungen vom Durchschnitt der Länder vorführte und sofortige Verbesserung verlangte.²⁷ Zur Zeit der Wahl und danach nahm Adenauer die Zahlen als regelmäßigen Bestandteil in seine Berichterstattung vor dem Bundesvorstand auf und nutzte diese zur Durchsetzung oder Widerlegung von Einsprüchen gegen seine Ansichten. Insgesamt ging er sehr fantasievoll mit den Zahlen um. Wenn es nötig war, erfand er sie auch.²⁸ Auch andere Mitglieder des Bundesvorstandes begannen, die Zahlen wie eine selbstverständliche Abbildung von Wirklichkeit zu benutzen.²⁹ Auf der Bundesebene der CDU erfolgte damit zur Bundestagswahl 1957 der Durchbruch der Meinungsforschung als Mittel der Beschreibung politischer Realitäten. Die Zunahme an Daten im Bundesvorstand fand ihr Äquivalent in der Abarbeitung demoskopischer Ergebnisse in den Medien. Allerdings wurde in der CDU die im Vorfeld der Wahl 1957 im Feuilleton großer Tageszeitungen entfachte Debatte um die manipulative oder demokratische Rolle der Meinungsforschung als Quasi-Plebiszit nur am Rande wahrgenommen. Solche Aspekte schlugen sich häufig nicht schriftlich nieder, so daß sich für die CDU nur ein kleiner Hinweis fand: Verschiedene Akteure erhielten von Erich Peter Neumann dessen Beiträge zur Diskussion, mit denen er seine Sicht darstellte.³⁰

aus der Meinungsforschung zum Einsatz kamen. Vgl. R. SCHIFFERS (Bearb.), CDU/CSU-Fraktionsprotokolle 1957–1961, 2004, S. 399, 457, 515, 838 (Adenauer) und 760 (Krone); vgl. als frühe Ausnahmen Äußerungen 1954 von Otto Lenz (retrospektiv zu einer Landtagswahlprognose) und 1957 Krone (Popularitätswerte Adenauers) in H. HEIDEMEYER (Bearb.), CDU/CSU-Fraktionsprotokolle 1953–1957, 1998, S. 475 und 1372. In der 4. Legislaturperiode waren Umfragedaten etwas geläufiger, wie die etwas ausführlicheren und zum Teil Wortprotokolle zeigen, vgl. C. FRANZ (Bearb.), CDU/CSU-Fraktionsprotokolle 1961–1966, 2004.

²⁶ Vgl. G. BUCHSTAB, Protokolle 1953–1957, 1990, insbes. Protokoll der Sitzungen am 12. 07. und 20. 9. 1956.

²⁷ Vgl. die ähnlich lautenden Schreiben Adenauers an Hugo Scharnberg (MdB, Hamburg) und an Peter Altmeier (Ministerpräsident in Rheinland-Pfalz) am 30. 7. 1957, ACDP VII-002-K001/2.

²⁸ In den publizierten Protokollen des BuVo konnten die Ursprünge der Zahlen mehrfach nicht nachgewiesen werden: BuVo-Sitzung am 11. 12. 1961, G. BUCHSTAB, Protokolle 1961–1965, 1998, S. 74 (Fußnote); Sitzung vom 27. 11. 1958 und 16. 12. 1958, G. BUCHSTAB, Protokolle 1953–1957, 1990, S. 295 und 400 (Fußnoten).

²⁹ Vgl. G. BUCHSTAB, Protokolle 1957–1961, 1994.

³⁰ Vgl. Antwort auf den Artikel von Philip Sethe in Die Welt vom 19. 1. 1957, Schreiben von Neumann mit Leserbrief hier an Otto Lenz am 26. 1. 1957, ACDP I-172-036 (3). Vgl. zur demoskopischen Berichterstattung der Wahl 1957 und der sich daran entzündenden Debatte Kap. 5.2.a.

Doch wie ging nun die Bundesgeschäftsstelle mit der Meinungsforschung als Beobachtungsinstrument um? Bundesgeschäftsführer Bruno Heck bemühte sich, den Wahlkampf 1953 unter vergleichbaren Maßstäben wie das Bundespresseamt anzugehen, das heißt selber einen eigenständigen Wahlkampf zu organisieren und damit in Konkurrenz zum Bundespresseamt zu treten. Aufgrund der Ressourcenknappheit konnte Heck – von dem Otto Lenz behauptete, er würde Erich Peter Neumann nicht mögen und daher versuchen, ihn aus dem kleinen Wahlkampf gremium bei der Bundesgeschäftsstelle herauszuhalten³¹ – 1953 noch keine eigenen demoskopischen Untersuchungen vergeben. Die von ihm verschickte Wahlkreiskartei war von der Geschäftsstelle selber aus vorhandenem statistischen Material erstellt worden.³² Der geschäftsführende Vorstand beteiligte sich daher nur an Umfragen des Bundespresseamtes. Auch die Werbemitteltests, die die CDU für ihre Plakate anstellen ließ, wurden auf dieselbe Weise produziert.³³ Hecks Stellvertreter Konrad Kraske schickte während des Wahlkampfes Einzelergebnisse vom IfD an Bundesvorstandsmitglieder, Landesverbandsvorsitzende sowie Landesgeschäftsführer, die jedoch ebenso aus dem Umfragearsenal des Presseamtes stammen konnten.³⁴

Der Kampf um Ressourcen und um eine Anerkennung der Arbeit jenseits der Regierungsinstitutionen zielte auf mehr Entscheidungskompetenzen in der Partei. Im Mittelpunkt der Auseinandersetzung stand die Frage, was einen stetigen Parteienerfolg ausmachen könne. Hier argumentierte Heck ähnlich wie wie Meyers, der die SPD als Vorbild herausstellte und folgerte, daß eine bessere Organisation ebenso vonnöten sei wie eine stärkere Mitgliederbasis.³⁵ Der Austragungsort waren die Wahlanalysen. Dies hatte schon Meyers anhand der Kommunalwahl gezeigt. Heck setzte auf eine Koordination der Landtagswahlkämpfe und eine dazu notwendige kommunikative Verbindung mit den Landesverbänden. Er stellte daher in seiner Analyse der Bundestagswahl vor dem Bundesvorstand Anfang 1954 gleich die bundesweite Bedeutung von Landtagswahlkämpfen heraus und erfuhr in dieser Meinung vom Bundeskanzler eine erste offene Bestätigung.³⁶ In der intern verteilten Analyse schlug die Parteizentrale in ganz ähnlicher Art einen offensiven Ton in der Auswertung der Ergebnisse mit Blick auf die zukünftige Arbeit an:

»Zur Vorbereitung der Landtagswahlen muß für sämtliche Landesverbände eine genaue, evtl. bis auf die einzelnen Stimmbezirke zurückgehende Analyse der Bundestagswahl vor-

³¹ Vgl. O. LENZ, Im Zentrum der Macht, 1989, Eintrag vom 2.2.1953, S. 546.

³² Vgl. BGSt, »Die Bundestagswahl vom 6. 9. 1953«, Dezember 1953, hier S. 4, ACDP I-248-042/1.

³³ Vgl. BGSt, Die Bundestagswahl vom 6. 9. 1953, Dezember 1953, hier S. 6, ebd. Der für Organisation zuständige Mitarbeiter der Zentrale verweist auf Tests mit offenen Fragen: P. MÜLLENBACH, Das Plakat, 1954, S. 22.

³⁴ Vgl. Rundbrief Kraske am 1. 4. 1953, ACDP I-248-042/1.

³⁵ Vgl. Protokoll der Sitzung vom 26. 1. 1953, G. BUCHSTAB, Protokolle 1950-53, 1986, S. 337; vgl. für das entsprechende Anliegen Meyers als Mitglied des geschäftsführenden Vorstandes (ab 1956) auch das Manuskript »Bundespartei – Landesparteien – Kreisparteien«, ACDP VII-002-K001/2. Vgl. auch W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 47 f.

³⁶ Vgl. für die Argumentation Hecks und Adenauers Reaktion die Sitzung vom 19. 1. 1954, G. BUCHSTAB, Protokolle 1953-1957, 1990, S. 70 ff. und 109.

genommen werden. Aus dieser Analyse können die Fragestellungen für zweckmäßige demoskopische Umfragen gewonnen werden, deren Ergebnisse die Grundlage für die Führung des Wahlkampfes abgeben können. [...] Die publizistische und propagandistische Arbeit sollte sich nicht darauf beschränken, gesetzgeberische Maßnahmen gegen Angriffe zu verteidigen; wir müssen dazu übergehen, unsere gesetzgeberische Arbeit publizistisch vorzubereiten. Es muß versucht werden, mit Hilfe demoskopischer Umfragen die wunden Punkte der öffentlichen Meinung aufzuspüren, um vorbeugend den Boden für notwendige Entscheidungen vorzubereiten.«³⁷

Dafür forderte er eine entsprechend enge Zusammenarbeit mit den Regierungsorganen ein. In seiner Aussage steckte neben der strategischen Absicht, informiert zu werden, auch die Ansicht, Demoskopie als Instrument einer antizipierenden, den Willen der Bevölkerung vorhersehenden Politik einsetzen zu können. Es galt, die jeweils anstehenden Wahlen nicht nur durch eine instrumentelle Nutzung optimal vorzubereiten, sondern auch die Zustimmung durch die Wahlbevölkerung auf eine permanente Basis zu stellen und somit die Beobachtung hier konsequenterweise durchgängig mit politischem Handeln zu verknüpfen. Auch in dieser Hinsicht hatte die Bundesgeschäftsstelle von den Arbeitsweisen des Bundespresseamtes gelernt, das ebenfalls verschiedentlich auf die Landesebene einwirkte, so daß auch diese Arbeitsdimension der Bundesgeschäftsstelle nicht frei von Konkurrenz war.

b) Eine symbiotische Arbeitsbeziehung: Die Bundesgeschäftsstelle und Emnid

Die Koordination der Landtagswahlkämpfe wurde zu einer zentralen Aufgabe des Bundesgeschäftsführers Heck in den folgenden Jahren, da permanent Wahlen auf untergeordneten Ebenen anstanden, die die Parteizentrale zu betreuen bereit war. Analytisch kann dieses Vorgehen Hecks als Strategie einer engeren kommunikativen wie organisatorischen Verknüpfung, als eine Kontrolle durch Beobachtung bei gleichzeitiger Ausweitung des Aktionsradius gesehen werden. Er hatte erkannt, daß die direkte Konkurrenz zum Bundespresseamt nicht zu gewinnen und der eigentliche Schwerpunkt der parteipolitischen Arbeit, ganz im Sinne einer organisationspolitischen Stärkung, in der besseren Anbindung der Landesverbände und Untergliederungen lag. Im November 1953 führte Heck erste Gespräche mit Stackelberg von Emnid über eine gemeinsame demoskopische Arbeit. Es ging um die Unterstützung der Wahlanalyse durch eine Sekundäranalyse der vorhandenen Materialien sowie durch Umfragen zur Vorbereitung der 1954 anstehenden Landtagswahlen in Nordrhein-Westfalen. Im Dezember 1953 wurde der erste Vertrag der Bundesgeschäftsstelle mit einem demoskopischen Institut geschlossen.³⁸

Diese Untersuchungen wurden zum Prototyp aller weiteren, der Wahlkampf Vorbereitung dienenden Umfragen des Instituts für die CDU: Es wurden drei repräsentative Untersuchungen durchgeführt, die sechs Monate vor der Wahl, dann drei Monate und zum Schluß einen Monat oder 14 Tage vor dem Wahltermin unternommen

³⁷ BGSt, »Die Bundestagswahl vom 6. 9. 1953«, Dezember 1953, S. 30, ACDP I-248-042/1.

³⁸ Vgl. K.-G. STACKELBERG, Souffleur auf politischer Bühne, 1975, S. 88.

werden sollten. Daß die letzte Umfrage so knapp vor dem Wahltermin gesetzt wurde, war einer aus der ersten Untersuchung in Nordrhein-Westfalen hervorgegangenen Erkenntnis geschuldet. Für jene Wahl hatte Stackelberg keine Prognose stellen können, da die letzte Umfrage sieben Wochen vor der Wahl unternommen worden war und der Bundes- und Landestrend scheinbar gegenläufig gewesen waren.³⁹ Der Ablauf der Vorbereitung gestaltete sich seitdem nach einem festen Zeitablauf und auf eine immer gleiche Art und Weise: Zunächst lieferte Emnid nach einem Gespräch über die Interessen und einer schriftlichen Vorlage seitens der Bundesgeschäftsstelle einen Fragebogenentwurf, der dann in Rückkopplung mit der Zentrale und der jeweiligen Landesgeschäftsstelle korrigiert wurde. Darauf folgte ein erneuter Entwurf, der nach Freigabe durch die Bundespartei getestet wurde, um anschließend endgültig »ins Feld« zu gehen. Die erste Umfrage, die auf einem doppelt so großen Sample basierte wie die folgenden, wurde ausgewertet und als Bericht an die Bundesgeschäftsstelle geleitet. Von dort aus wurde dann bestimmt, wie und wann genau diese Umfrage wiederholt werden sollte. Dieses geschah je nach aktueller Situation und Ergebnissen der Umfrage anhand der gleichen Fragestellungen oder in einer abgewandelten, das heißt den aktuellen Interessen angepaßten Form. Nach ähnlichem Muster wurde für die dritte Welle verfahren, die so kurz vor der Wahl durchgeführt werden sollte, daß die Ergebnisse als Prognose angenommen werden konnten und so unter Umständen noch Hinweise für eine kurzfristige Stimmenmaximierung beinhalteten. Es ging prinzipiell in den Umfragen immer um die Ansprechbarkeit der Wähler, ihre Entscheidungskriterien, ihr Wissen um die Landespolitik und deren Bedeutung für die Wahlentscheidung sowie die Frage nach der Bekanntheit und Beliebtheit von Persönlichkeiten. Desweiteren wurden die üblichen Trendfragen (Sonntagsfrage, Sympathien u. ä.) neben generellen und aktuellen Themen abgefragt.⁴⁰

Neben den drei Untersuchungswellen mit den dazugehörigen Berichten fertigte Emnid zu dem jeweiligen Bundesland auch eine historische Wahlanalyse an, die als eine »Voruntersuchung« bezeichnet wurde. Eigentlich handelte es sich jedoch dabei um eine Aufarbeitung bereits vorhandener statistischer Wahlanalysen, die entweder als wissenschaftliche Untersuchungen oder als Auftragsarbeiten zum Beispiel von Landesämtern für Statistik angefertigt worden waren. Auf diese Weise kamen auch die landesgeschichtlich oft uneinsichtigen Zäsuren dieser Voruntersuchungen zustande. Emnid unternahm damit den Versuch, unter der Hinzuziehung verschiedener statistischer Ämter und deren Sondererhebungen seit der Weimarer Republik historisch die Entwicklung des Wahlverhaltens zu erklären, um so zu generellen Fragen sozialstrukturell bedingter Wahlentscheidungen und davon abhängigen Prozessen der Meinungsbildung zu gelangen. Die vorgelagerten Studien sollten die aktuellen Umfragen unterstützen und ihre Interpretationen verbessern helfen. Es wur-

³⁹ Vgl. Briefe Stackelberg an Heck am 19. 06. und 1. 7. 1954, NL Stackelberg, Mappe 3–20.

⁴⁰ Für das Design der Umfragen vgl. die retrospektive Beschreibung bei K.-G. STACKELBERG, Souffleur auf politischer Bühne, 1975, S. 90 f.

den dafür verschiedenste Variablen zur Aufschlüsselung der Wählerschaft benutzt, wobei die Konfession und Struktur des Gebietes (Region) bestimmend war und Fragen geklärt wurden wie beispielsweise die Frage danach, wie die NSDAP in Bayern hatte Fuß fassen können und woher ihre Wähler gekommen waren, oder wie die KPD vor 1933 – konfessionell betrachtet – abgeschnitten hatte.⁴¹ Für Niedersachsen wurden Analysen ab den Reichstagswahlen 1871 erstellt. Hier wurde wiederum ohne Hinweis auf den Ursprung auf eine Untersuchung des nationalsozialistisch belasteten Historikers Günther Franz zurückgegriffen, die dieser im Auftrag des Landesamtes für Planung und Statistik unternommen hatte.⁴² Auf der Voruntersuchung aufbauend wurde eine Aufgliederung der Wahlkreise in sichere, unsichere und gemischte Wahlkreise vorgenommen.⁴³

Die Finanzierung der Untersuchungen war unterschiedlich gestaltet. Aus Kostengründen und im Falle des speziellen Interesses der Bundespartei trug diese auch zur Finanzierung der Umfragen bei (quasi als umlagefinanzierte Rückerstattung der Ressourcen), aber in der Regel kamen die Landesverbände dafür auf. Für die drei Befragungswellen in Nordrhein-Westfalen erhielt Emnid von der Bundespartei vereinbarungsgemäß 22 000 DM – eine aufgrund der ersten Sample-Größe etwas höhere Summe als üblich.⁴⁴ Die nicht komplett rekonstruierbaren Kosten der Untersuchungen lagen schätzungsweise je nach Ausstattung zwischen circa 15 000 und 23 000 DM. Wer die Summen ansonsten jeweils bezahlte, geht nicht immer aus dem vorhandenen Material hervor. So wurde eine Untersuchung für Hessen zwar vom Bundespresseamt bezahlt, dies im Bericht jedoch unterschlagen.⁴⁵ Für eine knapp kalkulierte Auftragsvergabe und zumindest in Einzelfällen aufgeteilte Bezahlungen spricht, daß die Zentrale und die betreffenden Landesverbände sich bis zum Schluß vorbehalten, ob wirklich eine dritte Umfrage bestellt wurde und welche Sonderauswertungen für notwendig erachtet wurden.⁴⁶ Die Landesverbände verzögerten teilweise die Bezahlung, was Stackelberg 1954 und 1955 mehrfach dazu veranlaß-

⁴¹ Vgl. für diese Art von Untersuchungen die »Wahlanalyse Bayern«, ACDP VII-003-032/1. Sie ging zurück auf die wissenschaftliche Untersuchung von M. HAGMANN, Weg ins Verhängnis, 1946.

⁴² Der aufgrund dieser Belastung suspendierte Historiker Günther Franz hatte als vorübergehende Einnahmequelle eine Anstellung an dem Landesamt erhalten. Vgl. W. BEHRINGER, Günther Franz, 1999, hier S. 130; F. GÜNTHER, Wahlen in Niedersachsen, 1951; Voranalyse von Emnid für Niedersachsen, ACDP VII-003-033/2. Für die komplette Übersicht aller Untersuchungen von Emnid zu Niedersachsen 1955 vgl. ACDP I-014-002/3.

⁴³ Vgl. »Zur Vorbereitung der Landtagswahl in Schleswig-Holstein«, 12. 9. 1954, ACDP VII-003-045/1.

⁴⁴ Vgl. Brief Stackelberg am 15. 12. 1953, NL Stackelberg, Mappe 3-20.

⁴⁵ Vgl. Emnid-Untersuchung über Hessen (ohne Voruntersuchung), ACDP VII-003-032/3. Im Falle von Nordrhein-Westfalen kann auf die Bundesgeschäftsstelle als Finanzier geschlossen werden, da es Kraskes war, der die Ergebnisberichte mit Bitte um Vertraulichkeit an die nordrhein-westfälischen Spitzenpolitiker weiterleitete, d. h., daß er sie als Erster und damit als Auftraggeber erhielt. Brief Heck an Ministerpräsident Karl Arnold am 2. 4. 1954, ACDP VII-001-102/2.

⁴⁶ Vgl. Korrespondenz über etwaige dritte Befragung in Berlin und Bayern, Juni–Oktober 1954, NL Stackelberg, Mappe 3-20.

te, sich über die schlechte Zahlungsmoral der Landesverbände zu beschweren, so daß Heck sich einschaltete.⁴⁷

In vielen Fällen wurden Untersuchungen doppelt in Auftrag gegeben. Das IfD wurde ausschließlich von den Landesverbänden oder über das Bundespresseamt eingeschaltet, so daß die Verbindung zwischen Zentrale und Provinz hier wiederum durch Lenz und Neumann hergestellt wurde. Zur Landtagswahl in Niedersachsen 1955 legte das IfD eine große »Leitstudie« über Einstellungen zu »Problemen aktueller und grundsätzlicher Art« vor, die parallel zu Untersuchungen von Emnid entstand, das durch die Bundeszentrale beauftragt worden war.⁴⁸ Die Bundesgeschäftsstelle selber vergab keine Aufträge an das IfD. Die Ausnahme zur Regel bildete ein einzelnes Gutachten, das Erich Peter Neumann über sein Beratungsbüro abwickelte.⁴⁹ Heck wurde allerdings für Beratungen zwischen den Landesverbänden und dem IfD allein schon aus Gründen der Höflichkeit hinzugezogen, da auch er schließlich Aufträge vergab, von denen die Landesverbände profitierten. Diese Beratungen fanden in der Regel mündlich statt, so daß nur selten darüber schriftliche Hinweise zu finden sind.⁵⁰

Die Zusammenarbeit mit Emnid gestaltete sich für die Parteizentrale als enge vertrauliche Kommunikation zwischen Kraske, Heck und Stackelberg. Die Geschäftsstelle der CDU nutzte diese Konstellation, um die Kontakte zu den Landesverbänden zu intensivieren und sie so durch eine verbesserte Zusammenarbeit an sich zu binden und Autorität zu gewinnen. Daher trat Heck mit einem dezidiert als Angebot deklarierten Anspruch an die Landesverbände heran. Für Nordrhein-Westfalen waren solche nachdrücklichen Angebote nicht weiter vonnöten, da zwischen ihm und Meyers die Zusammenarbeit geklärt war, aber in Bezug auf andere Landesverbände leistete Heck Werbungsarbeit, und dies gerade nicht nur in eigener Sache: Die Demoskopie bot ihm die Einstiegsmöglichkeit zur Mitsprache auf den unteren Ebenen, die bei einer besseren Bewertung der Arbeit der Geschäftsstelle vielleicht eher bereit waren, diese Stelle besser auszustatten und sie als Zentrale anzuerkennen. Die Umfragenvorhaben für anstehende Landtagswahlen wurden auf Landesgeschäftsführerkonferenzen thematisiert, so daß alle Landesverbände über die

⁴⁷ Vgl. Korrespondenz Heck/Stackelberg im Februar 1955, NL Stackelberg, Mappe 3–20. Anfragen kamen auch von Kraske, z. B. nach einer Beschwerde Stackelbergs bei fehlender Zahlung an den Landesverband Baden-Württemberg (an Eduard Adorno) am 10. 11. 1956, ACDP VII-002-K001/2.

⁴⁸ »Die Stimmung in Niedersachsen«, Einleitung, 3, 3. 1955, ACDP I-172-036 (4). Wer diese Untersuchung bezahlte, blieb unklar (laut Einleitung war es zumindest nicht das BPA).

⁴⁹ Es finden sich weder in den Unterlagen des Bundespresseamtes noch in Nachlässen wie dem von Otto Lenz, der die Berichte systematisch sammelte, Berichte vom IfD über Aufträge der Geschäftsstelle. Jedoch sind durchaus auch Berichte anderer Auftraggeber im Nachlaß von Lenz und in den Unterlagen des Presseamtes zu finden, so daß man darauf schließen kann, daß, falls es welche gegeben hätte, sie dort aufzufinden gewesen wären. Für das Gutachten vgl. Korrespondenz zwischen Neumann/BGSt Juni–August 1957, ACDP VII-001-046/1.

⁵⁰ Dies läßt sich aus einem spontanen Termin Hecks zusammen mit Meyers und Karl Arnold in Allensbach schließen. Heck mußte einen Termin mit Christine Teusch am nächsten Tag dafür absagen und erwähnt den Grund in dem Brief dazu, 16. 1. 1954, ACDP VII-001-102/2.

Tätigkeit der Bundesgeschäftsstelle und der jeweils vor einer Wahl stehenden Organisation Bescheid wußten. Außerdem sprach Heck die zuständigen Spitzenpolitiker rechtzeitig, das heißt mindestens ein Jahr vor einer Wahl, an, um sie anhand exemplarischer Studien mit der Idee der demoskopischen Untersuchungen von Wahlbedingungen und Ansatzmöglichkeiten für den Wahlkampf vertraut zu machen.⁵¹ Begründet wurde das Engagement der Geschäftsstelle mit der langen Vorbereitungszeit und mit der bundesweiten Bedeutung der Landtagswahlen. So gelang es Heck, sie argumentativ in die Vorbereitung der Bundestagswahlen einzubinden. Nach einiger Zeit konnte er dann in der Zusammenarbeit mit den verschiedenen Landesverbänden seine wachsende Kompetenz in Sachen Wahlkampf und Demoskopie belegen. Die Geschäftsstelle stand zur Unterstreichung ihrer Absicht vor und während dieser Umfragen und der Auswertung der Ergebnisse in Kontakt mit den entsprechenden Landesverbänden, um über die Vorgehensweise zu beraten. Heck trat zwar mit dem Angebot an die Landesverbände heran, daß diese ihre Untersuchungen wie gewünscht durchführen könnten, aber trotzdem blieb ein enger Kontakt zwischen ihm und Stackelberg bestehen. Die beiden (zuzüglich Konrad Kraske) sprachen sich untereinander in ihrer Vorgehensweise gegenüber den Landesverbänden ab, so daß alles nach Wunsch der Bundesgeschäftsstelle verlief.⁵² Jeder unternahm zudem das Seinige, um den Kontakt zu pflegen: Im Gegenzug für die lukrativen Aufträge bot Stackelberg ihm an, bei einer USA-Fahrt Hecks zur Beobachtung des dortigen Wahlkampfes ein Treffen mit George Gallup zu arrangieren, verwies auf vertrauliche Untersuchungen anderer Auftraggeber oder zeigte sich erkenntlich durch zuvorkommende Auskünfte.⁵³

Die Landesverbände wurden durch die Mitsprache an der Ausgestaltung der Fragebögen beteiligt. Sie konnten in Gesprächen mit Stackelberg und Heck (oder Kraske) ihre regionalspezifischen Fragen und Interessen darlegen, die dann, neu formuliert, in den Gesamtfragebogen einfließen. Die Landesverbände bezeichneten ihre Vorschläge vorsichtig als »Stoßrichtung«, da auch sie wußten, »daß die Fragen im einzelnen nur in der von Ihnen ohnehin vorgesehenen gemeinsamen Besprechung mit den Fachleuten der Demoskopie in psychologisch richtiger Form formuliert werden können.«⁵⁴ Damit hatten sich die Demoskopien gegenüber der politischen Expertise der Akteure auch in der CDU ihren Fachbereich gesichert – die Fragenformulierung wurde nun als das entscheidende Stück Arbeit, das den Menschen ihre wahre Meinung entlocke, als Wissenschaft und psychologisches Kunststück zugleich den Demoskopien zugeschrieben.

Gleichzeitig machte sich eine Furcht der Landespolitiker bemerkbar, daß bei Bekanntwerden ihrer Umfragen auch ihre jeweiligen Sorgen und Ängste öffentlich

⁵¹ Vgl. Korrespondenz Heck mit Peter Altmeier, April 1954, ACDP VII-001-102/3.

⁵² Vgl. Brief Stackelberg an Kraske am 1.7.1954, NL Stackelberg, Mappe 3-20.

⁵³ Vgl. z.B. für den USA-Besuch Brief Stackelberg an Heck am 10.9.1954, Dank Heck an Stackelberg für schnelle Hilfe am 13.11.1954, NL Stackelberg, Mappe 3-20. Ein Treffen mit Gallup arrangierte er auch zwei Jahre später für Kraske, vgl. ebd.

⁵⁴ Brief Dennhardt (Mitarbeiter CDU) an Heck, 11.3.1954, ebd.

sichtbar würden, was wiederum der politische Gegner ausnutzen könnte.⁵⁵ Vertrauen erwies sich erneut als zentraler Aspekt des Verhältnisses zwischen Politik und Meinungsforschungsinstitut. Um etwas von der Wahlbevölkerung zu erfahren, mußten sie zunächst mit ihren – geheim gehaltenen, da Schwachpunkte verrätenden – Interessen gegenüber den Instituten in Vorleistung gehen. Das barg Gefahren, und sei es auch nur die, daß die Meinungen zur CDU in vielerlei Hinsicht in der Presse reflektiert und wiederum bewertet wurden. Dies kam hin und wieder auch vor. In einem Fall in Schleswig-Holstein rief die SPD zum Boykott der Umfrage auf, was durch eine tatsächlich hohe Zahl der Antwortverweigerungen beinahe zu einem Verlust der Repräsentativität geführt hätte.⁵⁶ Für diesen Wahlkampf wurden aber nicht nur Umfragen, sondern auch eine detaillierte Analyse der bis dato vorliegenden Bundestagswahlergebnisse, nach Regionen bis hinunter zu Wahlkreisen sowie nach Wählergruppen vorgenommen.⁵⁷

Die Früchte seiner Mühen um demoskopische Beratung konnte Heck auch auf Bundesebene vermerken, denn seit Beginn der Untersuchungen 1954 wurde er von Mitgliedern des Bundesvorstandes wiederholt um weitere Untersuchungen gebeten, und es wurde ihm Zufriedenheit über die Berichte mitgeteilt.⁵⁸ Hecks Profilierung trug neben schlechten Umfragezahlen 1956, die mit ihrer Veröffentlichung die Wahrnehmung der Regierung als in der Krise befindlich Vorschub leisteten, zu einer besseren Ressourcenausstattung der Bundesgeschäftsstelle bei.⁵⁹ Die Vorbereitung des Parteitages 1957 nahm Heck nur mit schriftlichen Äußerungen an Adenauer vor, in denen jedoch bereits die Indienstnahme demoskopischer Hilfestellung für die Auswahl der Thematik entlang der Maßgabe, Zustimmung durch den Bezug auf vom Wähler prioritär gesetzte Themen zu erzeugen, deutlich wurde.⁶⁰ Ein großes Untersuchungsprogramm für die Bundestagswahl 1957 wurde auf den Weg gebracht.

Ab März 1956 wurden die Verträge für die Untersuchungen zum Bundestagswahlkampf festgezurrert. So unternahm Emnid wenige Monate später für 25000 DM die erste große Untersuchung, auf die zwei weitere Umfragen zur Überprüfung der Ergebnisse in zweimonatigem Abstand folgten. Daran schlossen sich kurzfristige Aufträge wie Sonderauszählungen der Umfrage nach Bundesländern oder spezielle

⁵⁵ Vgl. ebd.

⁵⁶ Vgl. Brief Stackelberg an Kraske am 18. 4. 1954, ebd.

⁵⁷ Dazu gesellte sich ein Fragebogen von Heck für die Kreisgeschäftsführer. Es konnte nicht ermittelt werden, inwieweit dieser Fragebogen zu Organisation von Partei und Wahlkampf sowie Wissen über die Wählerschaft Resonanz fand. Vermutlich gehörte er zu den in den fünfziger Jahren erfolglosen Versuchen, Kenntnisse über die Partei in den Untergliederungen zu gewinnen. Vgl. Wahlenanalyse und Fragebogen in ACDP VII-003-045/1.

⁵⁸ Vgl. Korrespondenz über Wünsche verschiedener Politiker wie beispielsweise Heinrich Krone, der sich für die Jugenduntersuchung von Emnid 1954 interessierte, Brief Kraske an Stackelberg, 4. 3. 1954, NL Stackelberg, Mappe 3-20.

⁵⁹ Zudem wurde er von Meyers unterstützt. Wie bereits erwähnt, stieg die Anzahl der Mitarbeiter um 14 Personen.

⁶⁰ Vgl. Brief Heck an Adenauer am 13. 10. 1956, ACDP VII-002-K001/2.

Auswertungen der Trendumfrage zur Parteienresonanz an.⁶¹ Dabei drehten sich die Fragen grundsätzlich um die Ansprechbarkeit der Wähler, wobei vornehmlich nicht nach Gruppen gesucht, sondern bestimmte Wählergruppen (vor allem die »labilen Wähler«, noch Unentschlossene) herausgegriffen und auf ihre Ansprechbarkeit hin untersucht wurden. Durch eine erhöhte Anzahl der Befragten sollte eine zuverlässige Anzahl von FDP-Wählern ins Auge gefaßt werden, um ihre Qualitäten als potentielle Wechselwähler zu untersuchen. In diesen Kontext gehören auch die Sonderauswertungen, die zum Zwecke einer genaueren Bestimmung der als besonders ansprechbar geltenden Gruppen unternommen wurden.⁶² Weitere Untersuchungsvorschläge wurden zum Teil mit finanziellen Begründungen abgeblockt. Emnid versuchte es beispielsweise mit Untersuchungen zur Wirksamkeit von Werbungen, die Kraske jedoch direkt ablehnte mit dem Hinweis, dafür sei trotz der geringen Summe von 700 DM kein Geld im Etat vorgesehen.⁶³

Anfragen wurden auch an das Bundespresseamt weitergegeben.⁶⁴ So erhielt Emnid von dort den Auftrag, in drei Wellen, das heißt ähnlich den Vorbereitungen für die Landtagswahlen, die Wählerschaft auf Bundesebene zu untersuchen. Doch fanden die jetzt monatlich angesetzten Befragungen im Zuge des Bundestagswahlkampfes nur noch drei Monate vor der Wahl statt. Auf diese Weise sollten aktuelle Daten zum potentiellen Wahlverhalten und seinen Veränderungen produziert werden. Erstmals wurde die Demoskopie explizit als selbst- und wirkungsbezogenes Feedbackinstrument angelegt. Ihre Daten sollten der nachbessernden »Justierung« der Wahlkampforganisation und der Werbung dienen. Doch trotz dieses Auftrags für das Bundespresseamt spielten weder Emnid noch die Bundesgeschäftsstelle eine bedeutsame Rolle in der Wahlkampfberatung, da die meisten Umfragen vom IfD durchgeführt und die Beratung außerdem zentral von einer kleinen Arbeitsgruppe im Bundeskanzleramt unter Beteiligung von Erich Peter Neumann geleistet wurden. Heck hatte Anfang 1956 eine Auseinandersetzung um Vollmachten für den Wahlkampf gegenüber Lenz und Neumann beim Bundeskanzler verloren. Lenz denunzierte ihn daraufhin bei anderen Spitzenpolitikern aus der »Mittwochsrunde« als Quertreiber, mit dem eine Zusammenarbeit unmöglich schiene.⁶⁵ Auch setzte sich hier unvermindert die Konkurrenz zwischen dem IfD und Emnid fort, die sich als

⁶¹ Die Ergebnisse wurden von Emnid in seinem Pressedienst veröffentlicht. Vgl. v. a. Korrespondenz für Auftrag Juni/Juli 1957, NL Stackelberg, Mappe 3–21. Für Trendumfragen vgl. spätere Zusammenstellungen, ACDP VII-004 BGSt, Abt. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet).

⁶² Vgl. als Beispiel »Zur Resonanz der Parteien bei Männern und Frauen in den soziologischen Gruppen« als Sonderauswertung für den Zeitraum August bis Dezember 1956, NL Stackelberg, Mappe 3–21.

⁶³ Ersatzweise fand Stackelberg in der Illustrierten *Constanze* einen Finanzier des kleinen Tests, den er dann der CDU zur Verfügung stellte. Vgl. Korrespondenz über Impact-Test von Anzeigen Juli 1957, NL Stackelberg, Mappe 3–21. Leider ist nur die Korrespondenz darüber erhalten; die Untersuchungen fehlen im Nachlaß. Vgl. NL Stackelberg, Mappen 3–20 und 3–21.

⁶⁴ Gerade 1957 entdeckte das Presseamt eine Bringschuld gegenüber Emnid, vgl. Kap. 2.1.b, S. 77.

⁶⁵ Vgl. (gleichlautende) Briefe von Lenz an Arnold, Meyers und Aloys Zimmer am 24. 5. 1956, ACDP I-172–058 (2).

Stellvertretungskampf präsentierte. Als Neumann beispielsweise Anfang August 1957 Heck den Hinweis gab, die IfD-Umfrageergebnisse sähen für Schleswig-Holstein besonders schlecht aus und ihm den (ungefragten) Rat gab, dort kurzfristige Aktionen durchzuführen, konterte Stackelberg mit der gegenteiligen Aussage drei Tage später anhand seiner neuen Umfrage und deren bundesländerspezifischen Auswertung.⁶⁶

Unter den im Bundespresseamt fast versandeten Emnid-Projekten befand sich auch ein experimenteller Versuchsballon, in dem der Begriff CDU in einer Befragung assoziativ bearbeitet werden sollte. Unter Anwendung einer motivpsychologischen Methodik sollte eine psychologische Vorstudie zur Erstellung des Fragebogens erstellt werden. Analog zur Marktforschung sollte damit der Parteiname als Marke untersucht werden, indem über Assoziationstests die Marketingmöglichkeiten ausgelotet werden sollten.⁶⁷ Damit griff Emnid explizit auf die gerade als neue Errungenschaft der qualitativen Marktforschung aus den USA in die Bundesrepublik transferierte und in Mode kommende Methode für die politische Meinungsforschung zurück.

Gerade an den zuletzt beschriebenen Untersuchungen zeigt sich, daß die Zeit eines Bundestagswahlkampfes nicht nur die Zeit einer erhöhten Ressourcenausstattung für solche Untersuchungen darstellte, sondern auch eine Katalysatorfunktion für die Zusammenarbeit zwischen Instituten und Partei mit Bezug auf die Entwicklung neuer Studien erfüllte. Der Ursprung dieser Experimentierfreude lag in der Ungewißheit des Wahlausgangs und dem Bedürfnis, durch Information Kontrolle darüber zu erlangen, begründet. Es wurden nicht alle Vorschläge akzeptiert, aber es wurden nach der Maßgabe, eine höhere Gewißheit über den Ausgang der Wahlentscheidung und Möglichkeiten der Beeinflussung zu schaffen, auch Aufträge erteilt, wenn es nicht den bekannten Untersuchungsaspekten oder -vorgehensweisen entsprach. War eine neuartige Umfrage oder eine spezifische Sonderauswertung hilfreich, wurde sie akzeptiert und wiederholt. Für die Bundesgeschäftsstelle erwies sich eine Mischung aus neuen Studiendesigns wie der qualitativen Forschung und den inzwischen üblichen Emnid-Auswertungen nach Konfession und Sozialstruktur, sowie vor allem nach regionalen Unterschieden, beispielsweise nach der Wahl erfolgende Sonderauswertungen zur potentiellen Wählerschaft der CDU nach den einzelnen Bundesländern, als genau richtig, um weiter im gemeinsamen Geschäft zu bleiben. Schließlich konnte die Bundesgeschäftsstelle diese Arbeiten sukzessive für die Verbesserung von Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Landesgeschäftsstellen einsetzen. Die Unterstützung der einzelnen Länder zahlte sich als tatsächlich engere Zusammenarbeit mit ihnen im Rahmen der folgenden Landtags-

⁶⁶ Vgl. Brief Neumann an Heck am 10. 8. 1957, ACDP VII-001-046/1; vgl. Brief Stackelberg am 13. 8. 1957, NL Stackelberg, Mappe 3–21. Dieses Bundesland war bereits drei Wochen zuvor Gegenstand von Sonderauszählungen bei Umfragen geworden. In diesem Falle wurde Schleswig-Holstein auch wegen seiner im folgenden Jahr anstehenden Landtagswahl genauer beobachtet.

⁶⁷ Vgl. Brief Stackelberg an Kraske am 19. 12. 1956, NL Stackelberg, Mappe 3–20. Für das Design der Umfrage vgl. ebd. und K.-G. STACKELBERG, Souffleur auf politischer Bühne, 1975, S. 99.

wahlen aus, da die Landesverbände noch stärker mit Emnid kooperierten und die Fragebogendesigns durchaus zentralisiert verhandelt wurden. Stackelberg hielt die Bundespartei daneben über weitere Untersuchungen, die die Landesverbände inzwischen selbständig unternahmen, auf dem Laufenden.⁶⁸ In den Jahren zwischen 1956 und 1961 entwickelte sich zwischen Emnid und der Bundesgeschäftsstelle in der gesamten Spannweite der Untersuchungen eine Arbeitsroutine. Die Trenduntersuchungen ebenso wie die Spezialuntersuchungen zur Vorbereitung von Landtagswahlen standen in ihren Ansätzen und Gegebenheiten fest und mußten nur noch jeweils aktuell angepaßt werden. Darüber hinausgehende Umfragen ergaben sich als Ausnahmen, zum Beispiel aus Gesprächen mit Adenauer.⁶⁹ So verfestigte sich das »symbiotische« Arbeitsverhältnis zwischen der Bundesgeschäftsstelle und Emnid, indem sie fortgesetzt die Ressourcen der Bundesgeschäftsstelle gegen eine Hilfe zur Kompetenzerweiterung tauschten.

Der Ertrag dieser Beziehung blieb nicht auf die materiellen Faktoren beschränkt. Zum einen trat innerhalb der Bundesgeschäftsstelle ein Lerneffekt ein. Dieser ist im Sinne einer funktionalen und fachlichen Ausdifferenzierung der Arbeit auch als eigenhändige Professionalisierung zu bewerten. Die Geschäftsstelle imitierte die Verwertungsrbeit von Emnid: Sie weitete bereits ab 1955 ihre Tätigkeit in Bezug auf demoskopische Untersuchungen aus, indem regelmäßig Berichte über Trendumfragen zur Parteiensympathie eigenständig zusammengestellt und auch Analysen selber angefertigt wurden.⁷⁰ So fertigte ein Mitarbeiter des Pressereferates ab Mitte 1955 regelmäßig Halbjahresberichte oder sonstige Übersichten zur Entwicklung von Umfrageergebnissen an, die die Sonntagsfrage oder andere für den jeweiligen Wahlkampf relevante Aspekte sowie Berichte zu Einzelfragen umfaßten.⁷¹ Der Empfängerkreis schwankte zwischen Einzelsendungen an Globke und Adenauer und dem Bundesvorstand, der im Laufe der fünfziger Jahre auf 70 Köpfe answoll und damit den Übersichten zu einer breiten Streuung in der Partei verhalf. Die Diffusion der kontinuierlich produzierten Ergebnisse der Meinungsforschung betraf sowohl die Mitglieder des Bundesvorstandes (vor allem aber die geschäftsführenden Mitglieder) als auch die jeweiligen Spitzenpolitiker auf Länderebene.⁷² Sie wurden spätestens ab 1956 regelmäßig und insbesondere zu Wahlzeiten über die Möglichkeiten

⁶⁸ Vgl. die Korrespondenz zwischen Emnid und BGSt 1958, in der deutlich wird, wie die Landesverbände zum großen Teil nur noch am Rande in die Konzeptualisierung und Aufstellung der Untersuchungen mit einbezogen wurden, NL Stackelberg, Mappe 3–21.

⁶⁹ Vgl. Aktennotiz von Heck nach einem Gespräch mit Adenauer am 11. 4. 1958, ACDP VII-001–104/3.

⁷⁰ Aktennotiz von Peter Müllenbach (Mitarbeiter BGSt) für Heck über die Zahlen und das Wählerverhalten von Flüchtlingen und Vertriebenen in Bezug auf die Bundestagswahl, 2. 2. 1954, ACDP VII-003–045/1.

⁷¹ Vgl. die Sammlung in ACDP VII-004–149/1.

⁷² Alle erhielten z. B. die als »soziologische Untersuchungen« betitelten Repräsentativerhebungen vor Landtagswahlen. Die Übersichten wurden teilweise gemeinsam von Heck, Stackelberg und Lenz erstellt, wie anhand der entsprechenden Kürzel auf den Zusammenstellungen zu entziffern ist. Vgl. als Beispiel die Übersicht zur Wahl in Bremen 1955, ACDP I-172–033 (9).

und Ergebnisse der Meinungsforschung unterrichtet, auch wenn es vereinzelt weiterhin vorkam, daß Umfragen erst einige Zeit nach ihrer Publizierung in der Presse intern versandt wurden, vermutlich als zusätzliche (nachholende) Information zur aktuellen Monatsumfrage.⁷³ Das als wissenschaftlich ausgegebene Wissen der Meinungsforschung ging somit in den ersten Jahren als neues Wissen in die CDU ein und tauchte dort als spezifisches Wissen der politischen Akteure über die Wählerschaft und ihre Bearbeitung in der politischen Kommunikation wieder auf. Die Verbreitung der Daten gab den Akteuren die Gelegenheit, sich die Beobachtungsweise der Meinungsforschung in ihrem Denkstil anzueignen.

So verlief die Gewöhnung an die Meinungsforschung und an die Routine im Umgang damit parallel in Parteizentrale und in Spitzengremien, in denen seit der Bundestagswahl die Zahlen sowie Fragen des soziologischen Zuschnitts der Wählerschaft zunehmend erörtert wurden. Daß die Mitglieder des Bundesvorstandes oder auch andere Akteure der Partei die Meinungsforschung als Beobachtungsinstrument entdeckten, läßt sich anhand der ab 1956 an die Bundesgeschäftsstelle gerichteten Anfragen nach Auskünften, Beratungen oder Wünschen nach demoskopischer Unterstützung durch einzelne Akteure erkennen.⁷⁴ Für die Bundesvorstandsmitglieder wurde die Ausrichtung der öffentlichen Auftritte an demoskopischen Vorgaben allmählich sichtbarer. Dies lag auch an einer entsprechenden Kommunikation der Zentrale nach außen, die versuchte, mit Umfragezahlen Politik zu betreiben, indem nach Vorbild des Bundespresseamtes vor allem positive Zahlen für die CDU vermeldet und verbreitet wurden. Die zunehmende Presseberichterstattung machte die Meinungsforschung im Auftrag der CDU massenmedial sichtbar.⁷⁵ Während die Bundesgeschäftsstelle die Zahlen langsam einzusetzen lernte⁷⁶, setzte Adenauer sie in Gesprächen mit Journalisten und Pressekonferenzen seit 1952 ein.⁷⁷ Er vermochte ebenso auf Wahlkampftouren seine Argumentation mit Umfrageergebnissen zu untermauern, wenn er auf die guten Werte für seine Person und die CDU verwies, um die Anwesenden zu überzeugen, ihn zu wählen: »Und damit [einer gerade zitierten Umfrage, A. K.] ist der Beweis erbracht, daß so, wie ich denke, fühle und spreche, heute der größte Teil in Deutschland fühlt, denkt und spricht.«⁷⁸

⁷³ Vgl. Umfrage »Wer könnte einmal Bundeskanzler werden?«, z. B. in der WAZ vom 9. 6. 1956, Versand durch Heck am 10. 7. 56 an Kiesinger, Schröder und Meyers, d. h. den geschäftsführenden Vorstand, ACDP VII-001-046/1.

⁷⁴ Vgl. Anfragen der MdBs Hermann Lindrath und Karl-Josef Leonhard 1956, ACDP VII-001-101/1.

⁷⁵ Dies machte z. B. die Titelstory des *Spiegel* zur Arbeit des IfD deutlich. Vgl. »Probewahl am Küchentisch. Gespräch mit E. Noelle-Neumann«, *Der Spiegel* Nr. 34 vom 21. 8. 1957.

⁷⁶ Vgl. Pressebericht Nr. 47 vom 31. 3. 1956, in dem sich die Zusammenfassung einer Pressemitteilung der BGSt vom März 1956 zu den »dringendsten Aufgaben der Bundesregierung« findet, ACDP I-505-017/1; vgl. dafür auch Unterlagen der SPD, die diese Mitteilungen sammelte: »Am wohlsten im September. Dr. Heck erkundet die Stimmung des Wählers«, *Die Welt* vom 16. 8. 1957, in AdSD PV 01207 B.

⁷⁷ Lenz vermerkte dies genau in seinem Tagebuch, Eintrag am 2. 4. 1952, O. LENZ, *Im Zentrum der Macht*, 1989, S. 291. Vgl. dafür auch K. ADENAUER, *Teegespräche*, 1984, (Bd. 1), S. 242.

⁷⁸ Zitat nach: »Volks-Umfragen – Was kommt an?«, *Der Spiegel* Nr. 33 vom 14. 8. 1957.

Auf seiner Wahlkampftour 1961 forderte er die Anwesenden regelmäßig zum Ende einer Rede unter Hinweis auf lokale Wahlergebnisse und Umfragezahlen auf, die CDU zu wählen.⁷⁹

Erst aus Anlaß der Gestaltung des Bundesparteitags 1961 nach Vorgaben der Meinungsforschung, die personelle und inhaltliche Gestaltung betreffend, entspann sich eine kontroverse Debatte im Bundesvorstand. Das Bundestagsmitglied Helene Weber übte empört Kritik an der Vorgabe durch die Meinungsforschung für Personen und Inhalte sowie Ablauf des Parteitags: »Vor allem wende ich mich gegen die Vorherrschaft der Demoskopie.«⁸⁰ Ihre Kritik zielte daneben auf die Offenheit im Umgang mit der Meinungsforschung, die sie für bedenklich hielt. Heinrich Krone verteidigte die Entschlüsse zur Gestaltung des Bundesparteitags damit, daß die Vorbereitung des Parteitags selten so schwierig gewesen sei und eben deshalb die Demoskopie zur Hilfe genommen würde: »Ihr [der Vorbereitung, A. K.] lag das zugrunde, was demoskopisch feststeht: der Bundeskanzler, Erhard und die Mannschaft.«⁸¹ Hier zeigte sich, welchen Stellenwert die Meinungsforschung in der Spitze der CDU besaß. Sie war inzwischen ein übliches Mittel zur stimmenmaximierenden Darstellung der Partei nach außen geworden – nicht mehr, aber auch nicht weniger.

c) *Ausweitung der Demoskopie und der Beginn einer expliziten Verwissenschaftlichung*

Nach der erfolgreichen Bundestagswahl 1957 stockte die Bundesgeschäftsstelle ihr Personal auf. Es hatte sich gezeigt, daß die Öffentlichkeitsarbeit eine umfangreiche Aufgabe war, die es in einem weiteren Schritt in Richtung einer differenzierten Arbeitsteilung auszubauen galt. Auf Empfehlung Kai-Uwe von Hassels wechselte Ende 1959 Gerhard Elschner vom Landesverband Schleswig-Holstein als Experte in Sachen Öffentlichkeitsarbeit zur Bundesgeschäftsstelle.⁸² Er hatte dort im Kommunalwahlkampf mitgewirkt. Zuvor hatte er bereits in Berlin Erfahrung mit der Organisation von Wahlkämpfen gesammelt und bereits mit Emnid zusammengearbeitet. Seine originäre Aufgabe in der Bundeszentrale bestand in der Beschäftigung mit Meinungsforschung, so daß ihm nach und nach die Aufgaben in diesem Bereich von Konrad Kraske, Hecks Nachfolger im Amt des Bundesgeschäftsführers, übertragen wurden.⁸³ Zuvor hatten sich Heck und Kraske (als sein Stellvertreter) fast ausschließlich selber um die Meinungsforschung gekümmert. Elschner übernahm

⁷⁹ Vgl. Wortprotokolle der Reden in Lübeck (ohne Datum) und Soltau (21. 8. 1961), ACDP VII-002-K001/2.

⁸⁰ Helene Weber MdB auf der Sitzung am 6. 4. 1961, G. BUCHSTAB, Protokolle 1957–1961, 1994, S. 891.

⁸¹ Heinrich Krone auf der Sitzung am 6. 4. 1961, ebd., S. 888.

⁸² Auskunft laut Interview mit Gerhard Elschner am 4. 11. 2002.

⁸³ Ebenda.

die Korrespondenz und Koordination der Meinungsforschung für die bevorstehende Bundestagswahl, deren Vorbereitung Kraske seit 1959 angemahnt hatte.⁸⁴ Anfang 1960 fand erstmalig eine Ausschreibung für die Auftragsvergabe demoskopischer Studien zur Wahlkampf Vorbereitung statt. Dadurch veränderte sich das Verhältnis zwischen der Bundesgeschäftsstelle und Meinungsforschungsinstituten, da der Beitrag der Demoskopie stärker von dem Beratungsangebot der Institute abhängig gemacht und nicht mehr aufgrund personaler Verknüpfungen als »selbstverständlich« betrachtet wurde. Zum ersten Mal präsentierte sich die Meinungsforschung der CDU auch als wissenschaftliche Dienst- und Beratungsleistung. In der Ausschreibung waren jedoch nicht herkömmliche Umfrageleistungen gefragt, sondern sie wurden mit einer grundsätzlich psychologischen Herangehensweise verknüpft. In einem Vermerk über die Entscheidung zu den Angeboten hielt Kraske fest:

»Es bestand Einmütigkeit, daß man sich bei der langfristigen Wahlkampf-Vorbereitung nicht auf die normalen Meinungsumfragen beschränken solle, da mit diesen erfahrungsgemäß nur die obere Bewußtseinschicht der Befragten und damit eines repräsentativen Querschnitts der Gesamtbevölkerung erfaßt würde, während die eigentliche Wahlentscheidung gerade bei den schwankenden Wählern vielfach aus dem Unterbewußtsein heraus vorbereitet und getroffen wurde. Eine gründliche Motivationsuntersuchung verspricht auch über den Bereich des Unterbewußten Aufschluß und damit wichtige Anhaltspunkte für einen psychologisch richtigen Wahlkampf zu geben.«⁸⁵

Die Kopplung politischer Meinungsforschung mit dem aus der Marktforschung stammenden Ansatz der Motivpsychologie zeigt einen Wandel in der Vorstellungswelt der politischen Akteure, zumindest bei den Verantwortlichen in der Bundesgeschäftsstelle an. Psychoanalytische Grundlagen für demoskopische Arbeit wurden als hilfreich akzeptiert, da sie durch den Erfolg in der Konsumforschung, geheime Wünsche und Bedürfnisstrukturen zu erkennen, ihre Wirkung belegt hatten. Die politische Demoskopie stellte demzufolge eine bis dahin defizitäre Herangehensweise dar, da sie nur an der Oberfläche der Meinungen kratzte. Aber Meinungsforschung war in der Lage, die neue Methode aufzunehmen und zu absorbieren. Die benannte Ausschreibung bedeutete die Durchsetzung des bereits 1957 angetesteten motivpsychologischen Ansatzes in der Meinungsforschung als zusätzliche Leistung. Gerade Emnid konnte sich mit seinem um ein Vielfaches ausgeweiteten Programm zur Erforschung von Meinungsbildungsprozessen und Motivationen bei dem zuständigen »Wahlgremium« der CDU durchsetzen. Die anderen Angebote waren nicht umfangreich oder ansprechend genug; das IfD hatte sich erst gar nicht bewor-

⁸⁴ Vgl. Brief mit Vorstellungen zur Vorbereitung auf den Bundestagswahlkampf von Kraske an Adenauer, 30. 10. 1959, ACDP VII-002-K001/2; für Elschners Aufgabe der Betreuung der Meinungsforschung vgl. Protokoll der Sitzung des Wahlkampfremiums am 23. 8. 1960, ACDP VII-003-085/4.

⁸⁵ Vermerk Kraske am 20. 6. 1960, ACDP I-028-026/4. Bereits zuvor hatte er einen entsprechenden Aufsatz über die Images von Adenauer und Ollenhauer verteilt: G. KLEINING, Publikumsvorstellung, 1959; Brief von Kraske am 11. 2. 1960, ACDP VII-003-085/4.

ben.⁸⁶ Damit hatte sich die CDU-Bundesgeschäftsstelle in ihrem ersten Versuch, unabhängig von den üblichen Zusammenhängen nach Beratung und Beobachtungsdienstleistungen zu suchen, erneut an Emnid gebunden. Die Vertrautheit mit dem Institut sprach für diese Auftragsvergabe, zumal die Studie (Kosten: 45 000 DM) über die 1957 gegründete Politische Akademie Eichholz abgewickelt wurde – ein fremdes Institut hätte sich eventuell irritiert gezeigt.⁸⁷ Darüber hinaus wurden mit dem Bundespresseamt Absprachen über arbeitsteilige Betreuungen der Meinungsforschung getroffen, um Kollisionen zwischen Emnid und IfD zu vermeiden.⁸⁸

Im folgenden führte Emnid anderthalb Jahre vor der Wahl einen umfangreichen Beratungs- und Untersuchungsprozeß fort, den es zur Vorbereitung auf die Bewerbung bereits im Frühjahr 1960 gestartet hatte. Die umfangreichen Voruntersuchungen, die Emnid offiziell als »Voraussetzungen für die Wahlentscheidung. Eine Untersuchungsreihe zur Klärung der politischen, ökonomischen, soziologischen, psychologischen und kommunikativen Faktoren, die auf die Wahlentscheidung des einzelnen wirken« betitelte, umfaßten auch Gutachten zu spezifischen Fragen. Sie wurden von Forschern unterschiedlicher Richtungen bearbeitet.⁸⁹ So legte der Psychologe Wolfgang Metzger von der Universität Münster einige »Gedanken über Wahlmotive« nieder. Der Berliner Psychologe Otto Walter Haseloff schrieb ein Gutachten »Über die Motivation und Struktur einer Wahlentscheidung«, in dem er entlang der Dreiteilung der Wählerschaft in »Stamm-«, »Ziel-« und »Gegengruppe« Überlegungen über den Einfluß der allgemeinen und politischen Sozialisation im Vergleich zu soziodemographischen Merkmalen anstellte.⁹⁰ Und schließlich steuerte der Soziologe Helmut Schelsky »soziologische Gedanken zur Wahlprognose« bei, mit denen er sich bemühte, jenseits bekannter Annahmen zum Wahlverhalten auf Fragen der Wählerfluktuation allgemein, auf verschiedene Faktoren in der Gegenüberstellung von CDU und SPD einzugehen. Dabei interessierten ihn noch nicht erforschte, aber seiner Ansicht nach relevante Bereiche der demoskopischen Wahlforschung wie die exakte soziale Verortung der Wechselwähler im Ganzen und die spezifische Rolle familiärer Umstände und des sozialen Sta-

⁸⁶ Auskunft laut Interview mit Gerhard Elschner am 4. 11. 2002. Das Angebot der Firma Nowland & Co. fiel völlig heraus. Die Angebote der Werbefirma »Die Werbe«, die schon zuvor für die CDU gearbeitet hatte und zu ihrem Unternehmenskomplex gehörte, wurden zusammen mit dem Institut des GfK-Gründers Georg Bergler an das Bundespresseamt, das sich zu einer solchen Kooperation bereit erklärt hatte, weitergeleitet. Sie sollten zwei Gutachten anfertigen. Vgl. Protokoll der Sitzung des Wahlkampfremiums am 6. 5. 1960, Ausführungen von Werner Krueger, ACDP VII-003-085/4. Über diese Gutachten findet sich in den einschlägigen Akten des Presseamtes kein Nachweis.

⁸⁷ Vgl. Brief von Kraske als 2. Vorsitzender der PAE am 1. 7. 1960, NL Stackelberg, Mappe Zu 5-43.
⁸⁸ Vgl. Protokoll der ersten Besprechung des Arbeitskreises zur Vorbereitung der Bundestagswahl, 9. 12. 1960, ACDP I-028-026/4.

⁸⁹ Sie wurden in der anschließenden Veröffentlichung der Wahlstudie kurz erwähnt. In der Auflistung steht ein vierter Professor, der Psychologe Oliver Brachfeld, zu dem keinerlei Korrespondenz im Nachlaß vorlag. V. G. BLÜCHER, Prozeß der Meinungsbildung, 1962, S. 8.

⁹⁰ Vgl. Gutachten von Otto Walter Haseloff, NL Stackelberg, Mappe Zu 5-43. Er wurde später Mitglied des Wissenschaftlichen Vorstandes des Instituts für Wirtschaftspsychologie und Marktforschung, der Berliner Tochterfirma Emnids.

tus, bezogen auf die Auswirkungen eines sozialen Aufstiegs. Außerdem wollte er dafür den »Habitat der Politik« in Stilfragen sowie kommunikative Bedingungen der verschiedenen Wählergruppen untersucht wissen.⁹¹ Auf diesen Gutachten und qualitativen wie quantitativen Ergebnissen aus acht methodisch unterschiedlich angelegten Arbeitsgruppen wurde das Fragebogendesign aufgebaut, das dann in Rücksprache und gemeinsamer Ausarbeitung mit Elschner in drei Befragungswellen für die konkrete Vorbereitung und Begleitung des Wahlkampfes umgesetzt wurde.⁹² Auf diese Weise profitierte auch Emnid von dem Auftrag, da es seinen Aktionsradius in den wissenschaftlichen Bereich hinein deutlich erweitern und seine Methode ausbauen konnte.⁹³ Emnid investierte sehr viel Zeit und Arbeit in die Wahlkampf-(Vor)Studien, so daß der wissenschaftliche Leiter, Viggo Graf Blücher, sie nach der Wahl zusammenstellte, wobei er die Wissenschaftlichkeit der Studien hervorhob.⁹⁴

Wiederum ergänzten kurzfristige Anfragen der Bundesgeschäftsstelle das Aufgabenspektrum des Instituts. So kam kurzfristig ein dreimonatiger Auftrag hinzu, der eine schnellere Beobachtung und eine beschleunigte Reaktionsfähigkeit ermöglichen sollte. In sechs Fragen an jeweils 1000 Personen wurden u. a. eine laufende Bewertung des Wahlkampfes der CDU, zur Kanzlerschaft Brandts und später die Einschätzung des Mauerbaus durch den Wähler nachgefragt.⁹⁵ Durch diese Abfrage verkürzte sich abermals der Beobachtungszyklus für das Vorgehen im Wahlkampf. Die große Studie von Emnid wurde außerdem dazu benutzt, kleinteilige Analysen für die konkrete Vorbereitung des Wahlkampfes in einzelnen Regionen bis hinunter in die Wahlkreise vorzunehmen. Hier wurde nun die bislang von der Bundesgeschäftsstelle allein geleistete Arbeit der Übersichten über die einzelnen Wahlkreise mit Hilfe des Meinungsforschungsinstitutes professionalisiert, indem für die »Wahlanalysen«, das heißt Analysen bislang stattgefundener Wahlen, auf das Material von Emnid zurückgegriffen wurde. Sie sollten einer möglichst genauen »Berechnung der dortigen Labilitäten (Stimmenschwankungen)«, dienen.⁹⁶ Außerdem fertigte die Geschäftsstelle in kurzer und pointierter Darstellung eigene Zusammen-

⁹¹ Vgl. Gutachten von Helmut Schelsky, NL Stackelberg, Mappe Zu 5–43.

⁹² Vgl. Protokoll des Wahlgremiums am 23. 8. 1960, ACDP VII-003-085/4; K.-G. STACKELBERG, Souffleur auf politischer Bühne, 1975, S. 100 ff.

⁹³ Dies zeigen diverse Veröffentlichungen, die alle im Zusammenhang mit dieser Untersuchung stehen: V. G. BLÜCHER, Prozeß der Meinungsbildung, 1962; K. D. EBERLEIN, Verfahrensweisen in der Meinungsforschung, 1962; ders., Wahlentscheidung 1961, 1962.

⁹⁴ Diese Studie wird immer wieder als einer der ersten wissenschaftlichen Beiträge zur Wahlforschung in der Bundesrepublik genannt. Vgl. V. G. BLÜCHER, Prozeß der Meinungsbildung, 1962. Emnid stellte seine Unterlagen bereits der Wahlstudie von Wolfgang Hirsch-Weber und Klaus Schütz zur Verfügung. Vgl. W. HIRSCH-WEBER/K. SCHÜTZ, Wähler und Gewählte, 1957, insbes. S. 204.

⁹⁵ Vgl. für die Auftragsvergabe und die Fragestellungen die Unterlagen zur Wahl, NL Stackelberg, Mappe 3–21.

⁹⁶ Vorlage »Über den Ablauf der Wahlvorbereitungen« für den Bericht an den BK zur Lage, 9. 5. 1961, ACDP I-028-026/4; vgl. auch Beschreibung bei Kraske, Notiz vom 11. 10. 1960, ACDP VII-003-085/4.

fassungen zu den Ergebnissen von Emnid an, um sie für die politischen Akteure handhabbar zu machen.⁹⁷

Die grundlegende Untersuchung war darauf angelegt, die Einflußfaktoren auf die Wahlentscheidung und die entscheidenden Faktoren für die Auswahl zwischen CDU und SPD zu erforschen. Nun konnte sie nicht mehr wie in den Jahren zuvor die kleineren Parteien als Gegner betrachten, weil diese inzwischen durch die erfolgreiche Strategie der Sammlungspartei aufgelöst und ihre Wähler zu CDU-Wählern geworden waren. Die SPD war dabei als Feindbild genutzt worden. Nun drohte die SPD aber zur Konkurrentin um die gleichen Stimmen zu werden – ein Wahrnehmungswandel der SPD in der CDU vom gemeinsamen Feindbild zur direkten Konkurrentin um Stimmen vollzog sich aber noch nicht. In den Arbeitsbesprechungen des Instituts wurde allerdings das Phänomen einer Annäherung der Wählerschaft von SPD und CDU unter dem Stichwort der Entideologisierung beraten, in einer Art Vorwegnahme der späteren Diskussionen der sechziger Jahre, in denen durch diesen Begriff die Annäherung der beiden Parteien durch pragmatische Politikinhalte gekennzeichnet wurde.⁹⁸

In einer Vorlage für Adenauers Rede auf dem Parteitag 1960 war die Feststellung einer zunehmenden Überschneidung der SPD- und CDU-Wählerschaft bereits von Kraske verzeichnet worden, der diese nach der Wahl in der von ihm herausgegebenen Wahlanalyse zu einem zentralen Ansatzpunkt seiner Darstellung machte.⁹⁹ Dazu diente ihm auch eine erstmalig für die Bundeszentrale durchgeführte Nachwahluntersuchung, um Gründe der Wahlentscheidung nachträglich eruieren zu können. Auch unternahm die Parteizentrale erstmals eine eigenständige Auswertung der Wahl in einer Klausurtagung im Januar 1962. Sie wurde in der Politischen Akademie Eichholz ausgerichtet, die als »neutraler Boden« diente, um wissenschaftliche Diskussionen mit politischen Fragen zu verbinden. Wenn die Akademie einlud, konnte sie dies zudem als wissenschaftlich unabhängige Institution tun. Sie bildete eine Brücke zu den Wissenschaftlern, die sich für den Wahlkampf interessiert und im Rahmen ihrer Studienabsichten bei der CDU um Information und Hilfestellung ersucht hatten, so daß sie nun im Gegenzug auch bereit waren, an der Auswertung mitzuwirken.¹⁰⁰

Die Auswertung des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse der Bundestagswahl 1961 wurde als eine erfolgreiche Veranstaltung betrachtet, so daß sich diese Runden

⁹⁷ Vgl. die erste Zusammenfassung von Elschner »Zur Auswertung der Emnid-Untersuchungen« mit 14 Seiten und die nochmalige Zusammenfassung »Hauptergebnisse der Emnid-Studie: Die Ausgangslage zur Bundestagswahl«, die diese 14 Seiten nochmals herunterbricht auf vier Seiten, die lediglich Thesen und schlagwortartige Erläuterungen enthalten, ACDP VII-003-085/4.

⁹⁸ Vgl. Arbeitsbesprechung vom 30. 8. 1960, NL Stackelberg, Mappe Zu 5-43, vgl. zur SPD als Referenzpunkt der CDU auch weiter unten.

⁹⁹ Vgl. Vorlage von Kraske an Adenauer für sein Referat auf der Eröffnungssitzung des Bundesparteitags am 27. 4. 1960, ACDP VII-002-K001/2; K. KRASKE, Bundestagswahl 1961, 1962.

¹⁰⁰ Vgl. Brief Arnold Bergstraesser mit Bitte um Material für einen seiner Doktoranden, ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 1 (unverzeichnet); W.-E. SCHEDE, Die Landtagswahl in Niedersachsen 1959, 1961.

zur wahlsoziologischen Auswertung unter Beteiligung von Demoskopern und universitären Sozialforschern von Bundestagswahlergebnissen in Eichholz etablieren konnten. Daß das Interesse an der Wahlforschung zu wachsen begann, zeigte sich auch daran, daß einige Publikationen dazu auf sowohl innerparteiliches als auch öffentliches Interesse stießen.¹⁰¹ Neben den Abteilungsleitern der Bundesgeschäftsstelle und einigen Spitzenpolitikern (vertreten durch Mitarbeiter aus den Ministerien) wurden auch die Wissenschaftler Erwin K. Scheuch und Rudolf Wildenmann ebenso eingeladen wie die am Wahlkampf beteiligten Werbeagenturen und demoskopischen Institute. Zweck der Veranstaltung sollte sein, unter der Ägide von Kai-Uwe von Hassel als stellvertretendem Bundesvorsitzenden mit einer Zusammenschau aller Beteiligten zu einer Analyse zu kommen und »für die künftigen Planungen gültige Arbeitsthesen zu erarbeiten«.¹⁰² Im Protokoll wurde das Ergebnis in dürren Worten festgestellt, daß die Umorientierung von Wählern längerfristig wirke, und es wurde die Kritik an der CDU-Führung offen benannt.¹⁰³

Sowohl die Tagung wie die Ankündigung von Hassels zeigten einen grundlegenden Funktionswandel der Meinungsforschung für die CDU an: War die Demoskopie zunächst von der Bundesgeschäftsstelle als Instrument zur innerparteilichen Kompetenzsicherung sowie zur Stimmenmaximierung in den Bundestags- und Landtagswahlwahlen eingeführt worden, hatte sie sich durch ihre Ausweitung und eine Argumentation der Wissenschaftlichkeit verselbständigt, mit der sie ihren rein instrumentellen Charakter ergänzte und unterlief. Mit ihrer Legitimation, Umweltbeobachtung bis in die Schichten des Unterbewußtseins hinein zu betreiben, avancierte sie vom Instrument zur Verbesserung politischer Kommunikation der CDU zur Produzentin des Gestaltungsrahmens. Sie definierte die Bedingungen der kommunikativen Gestaltung von Politik, indem sie die gültige Realität lieferte. Damit korrespondierte auch ein anderer Umgang mit der Meinungsforschung innerhalb der CDU. Indem die Demoskopie vom exklusiven Instrument im Arkanum der Politik und zu einem systematisch von der CDU verwendeten Beobachtungsinstrument wurde, wurde es auch der Öffentlichkeit vorgeführt. So waren zur wahlsoziologischen Auswertungstagung Journalisten nahe stehender Presseorgane eingeladen worden.¹⁰⁴ Außerdem wurde die hauseigene Analyse des Ergebnisses und Wahlkampfes durch Kraske veröffentlicht, worin er die Beteiligung und Nutzung der Meinungsforschung als selbstverständlich darstellte.¹⁰⁵

¹⁰¹ Vgl. insbes. W. HIRSCH-WEBER/K. SCHÜTZ, Wähler und Gewählte, 1957; E. FAUL (Hrsg.), Wahlen und Wähler, 1960; U. W. KITZINGER, Wahlkampf 1957, 1960. Alle drei fanden sich in bundesweiten Tageszeitungen und Magazinen rezensiert: Vgl. als ein Beispiel »Persil bleibt Persil«, Der Spiegel Nr. 38 vom 14. 9. 1960.

¹⁰² Einladung zur Tagung, ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 1 (unverzeichnet).

¹⁰³ Vgl. Kurzprotokoll der Tagung von Peter Molt (Leiter der PAE) und Bernhard Gebauer (MdB), ebd.

¹⁰⁴ Es handelte sich um Mitarbeiter der folgenden Zeitungen: *FAZ*, *Die Welt*, *Cbrist und Welt*, *Rheinischer Merkur*, *Rheinische Post*, *Kölnische Rundschau*, *Deutsche Zeitung*, vgl. Unterlagen zur Tagung in ebd.

¹⁰⁵ Vgl. K. KRASKE, Bundestagswahl 1961, 1962, hier S. 19.

Die Verschiebung in Bewertung und Umgang mit der Meinungsforschung hatte ihre Parallelen in der organisatorischen Entwicklung der CDU. Die dortigen Veränderungen erfolgten im Zuge einer Neuordnung der CDU-Spitze, da 1962 nicht nur ein Geschäftsführender Vorsitzender gewählt, sondern auch ein Präsidium an die funktionale Spitze der Partei gestellt wurde. Damit hatte sich die Partei 1962 zu einer grundlegenden Reform durchgerungen, nachdem sich bereits seit 1959 der »quälend lange Abschied von Adenauer innerhalb der Parteiführung«¹⁰⁶ hinzog und sich bis 1966 gegen Adenauers Querschüsse zur Stärkung der Parteiorganisation und ihrer Profilierung fortsetzen sollte.¹⁰⁷ Der Geschäftsführende Vorsitzende Hermann Joseph Dufhues trieb in seinem neuen Amt die Parteireform voran, die auf der organisatorischen Seite einen Ausbau der zentralen Kompetenzen der Bundesgeschäftsstelle vorsah und mit der er eine generelle Parteireform inhaltlicher wie organisatorischer Art anstrebte.¹⁰⁸ So fand die Meinungsforschung mit der neuen Abteilung »Grundlagenforschung und Öffentlichkeitsarbeit« (von nun an kürzer: Öffentlichkeitsarbeit), die von Gerhard Elschner geleitet wurde, einen zentralen Ort der Verarbeitung ihrer Beobachtungen und einen festen Platz im neuen organisatorischen Gefüge der CDU, das sich in den nächsten Jahren ausweitete und dabei ausdifferenzierte. Dabei sprach die Namensgebung der Abteilung für sich, denn der gerade modisch werdende Begriff der »Grundlagenforschung« verweist auf das Verwissenschaftlichungspotential der Meinungsforschung und zugleich auf die sich ausweitenden Vorstellungen einer politischen Kybernetik. Diese begann gerade mit ihren Ideen einer nachrichten- und informationsgesteuerten Regelungssystematik auf den politischen Bereich in der Bundesrepublik auszustrahlen.¹⁰⁹

Neben dieser neuen Ausrichtung spielte die Politische Akademie Eichholz eine zunehmend wichtige Rolle für die Arbeitsbedingungen der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit wie auch für die gesamte Bundesgeschäftsstelle, die seit der Bundestagswahl 1961 ihre internen Fort- und Weiterbildungen der hauptamtlich Beschäftigten der CDU dorthin ausgelagert hatte. Die Akademie hatte im Wahlkampf stellvertretend die politische Bildungsarbeit der Bundesgeschäftsstelle übernommen, indem sie die »Politischen Informationskurse« zur Bundestagswahl für die einzelnen Landesverbände durchführte. Dies geschah in Kooperation mit Elschner, der im Gegenzug die Emnid-Studie, die schließlich offiziell von der Akademie in Auftrag gegeben worden war, erhielt.¹¹⁰ Er bereitete die Kurse vor und führte sie zusammen mit weiteren Referenten aus der Geschäftsstelle und anderen, wie z. B. Dr. Walter Scheele von der Werbeagentur Hegemann, durch. Wichtigstes Thema der zwischen März und Mai 1961 durchgeführten Kurse war – neben der Schulung der Wahlhelfer –

¹⁰⁶ F. BÖSCH, Die Adenauer-CDU, 2001, S. 355.

¹⁰⁷ Vgl. ebd., S. 362 ff.

¹⁰⁸ Vgl. ebd., S. 359–368.

¹⁰⁹ 1963 publizierte dann auch Stackelberg bzw. Emnid dazu: O. W. HASELOFF/K. G. v. STACKELBERG, Kybernetik als soziale Tatsache, 1963.

¹¹⁰ Vgl. Brief Molt an Elschner, 12. 1. 1961, ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 1 (unverzeichnet).

die Öffentlichkeits- und Pressearbeit. In diesen Grundlagenseminaren erwarben die Teilnehmer auch Grundkenntnisse der Meinungsforschung.¹¹¹

Diese Zusammenarbeit zwischen der Akademie als einer unabhängigen, auf politische Bildung konzentrierten Stiftung und der auf Grundlagenforschung ausgerichteten Abteilung Öffentlichkeitsarbeit sorgte für eine spezifische organisatorische Konstellation, in der die Meinungsforschung ideale Bedingungen für ihre Weiterentwicklung fand. Die Zusammenarbeit wurde in Bezug auf Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Grundfragen der politischen Arbeit und Organisation fortgesetzt und als feste Fortbildungseinrichtung für hauptamtliche Mitarbeiter der CDU etabliert. Geplant und durchgeführt wurden die Maßnahmen gemeinsam von Elschner und dem Leiter der Akademie, Dr. Peter Molt.¹¹² Das Jahr 1962 bildet demnach mit den Überlegungen zum Umbau und Ausbau eine Zäsur für die Professionalisierung der politischen Kommunikation der CDU.

3. Von der Regierung zur Opposition: Auf dem Weg in die demoskopische Unabhängigkeit 1963–1970

Der gesellschaftliche Wandel der sechziger Jahre schien die CDU zunächst kaum zu berühren. Er machte sich in der Partei nur langsam und unter den Vorzeichen eines Generationswechsels ab der zweiten Hälfte des Jahrzehnts bemerkbar.¹ Daher wird die CDU allgemein für die sechziger Jahre als von den Beharrungskräften geprägt und unfähig zur Loslösung von gesellschaftspolitischen Modellen der fünfziger Jahre charakterisiert. Blickt man jedoch auf die Bundesgeschäftsstelle, ergibt sich insbesondere in Bezug auf die Meinungsforschung ein anderes Bild. So hatte sich die Parteizentrale mit der Ausschreibung der Demoskopie zur Vorbereitung der Bundestagswahl bereit gezeigt, neue Wege in der Meinungsforschung auszuprobieren. In diesem Kapitel stehen daher die Bestrebungen der Loslösung von bislang dominanten Betrachtungsweisen und Nutzungen der Meinungsforschung und der Emanzipation von bisherigen Instituten im Mittelpunkt. Als roter Faden dient die Entwicklung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu einer eigenständig demoskopisch arbeitenden Einheit und ihrer Ausgliederung als Teil der Konrad-Adenauer-Stiftung. Ihre Verflechtung mit demoskopischen Instituten, der allgemeinen politischen Entwicklung, der Organisationsentwicklung der CDU und der daraus resultierende problematische Status zwischen loyaler Politikberatung und eigener wissenschaftlicher Arbeit bilden die Schlüsselaspekte der Beobachtung vor dem Hintergrund der bevorstehenden Umbrüche in der CDU.

¹¹¹ Vgl. Ablaufpläne zu Fortbildungskursen in ebd.

¹¹² Vgl. Vereinbarung Molt und Elschner, 3. 5. 1962, ebd.

¹ Zuletzt zu der These des Generationswechsels als Vorbote des mental-politischen Wandels auch F. Bösch, *Die Adenauer-CDU*, 2001, S. 408–416.

a) »Grundlagenforschung«: Die Schaffung eigener Kompetenz 1963–1966

Für die Tätigkeit der Bundesgeschäftsstelle erwies sich ihre enge Zusammenarbeit mit der Politischen Akademie Eichholz als besonders hilfreich. Nachdem die Auswertung der Bundestagswahl erfolgreich verlaufen war, ließ die Akademie im Juli und September 1963 zwei theoretische Kolloquien zu Fragen der Indienstnahme demoskopisch-sozialwissenschaftlicher Beratung durch die Politik folgen. Sie standen unter der informellen organisatorischen Ägide der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit.²

An der ersten Tagung beteiligten sich 14 Wissenschaftler, vier Werbefachleute, ein Vertreter des Bundesministeriums für Wirtschaft (Dr. Karl Hohmann, zuvor im Presseamt auch mit Meinungsforschung befaßt) sowie der Bundesgeschäftsführer der CDU, Konrad Kraske.³ Die Absicht der Tagung stellte Elschner bei seiner Begrüßung vor. Er leitete aus der konstatierten strukturellen Krise der CDU eine Krise der deutschen Politik ab, die eine Offenheit in der Diskussion erfordere. Die Tagung sollte sich mit der Frage beschäftigen, was die empirische Sozialwissenschaft leisten könne, um dieser Krise zu begegnen. Vor dem Hintergrund des Wechsels im Bundeskanzleramt von Adenauer zu Ludwig Erhard und der Spiegel-Affäre diskutierten die Beteiligten im Juli 1963 zwei Tage lang, im Anschluß an Referate aus dem Hause Emnid, die allgemeinen Aspekte und Möglichkeiten der Meinungs- und Sozialforschung zur Erklärung des Wählerverhaltens. Die Diskussionen wurden kontrovers geführt und richteten sich auf die Erkenntnismethoden, so daß das zweite Kolloquium hauptsächlich der Klärung methodischer Fragen diene. Hier subsumierte Elschner an Hecks Adresse:

»Es ging dabei um Möglichkeiten für die Anwendung der Faktorenanalyse in unserer Grundlagenforschung. Das Endergebnis ist nach der Auswertung dieses Colloquiums noch durchaus offen. Wir halten danach die Faktorenanalyse für eine sehr interessante und für viele Fälle ergiebige Methode wissenschaftlicher Statistik. Sie übersteigt indessen bei der gegenwärtigen Struktur unserer Parteiarbeit unsere Umsetzungsmöglichkeiten in die praktische Arbeit. [...] Um den Datenkranz zu erarbeiten, den wir für die praktische politische Entscheidung wirklich gebrauchen können, sind wir vorläufig auf leichter umsetzbare Methoden angewiesen.«⁴

² Die Wortprotokolle finden sich in: ACDP VII-005–013/3.

³ Weitere Mitarbeiter kamen erst auf der zweiten Tagung hinzu. Aus dem wissenschaftlichen Bereich waren anwesend: Karl-Georg von Stackelberg, Dr. Viggo Graf Blücher, S. H. Drescher, K. F. Flockenhaus, Klaus D. Eberlein, H. Paul (alle Emnid), Prof. Dr. Otto-Walter Haseloff (Berlin, assoziiert mit Emnid), Dr. Rudolf Wildenmann (Universität Köln), Hans-Jürgen Ohde (Institut für Motivforschung, Bremen), Prof. Dr. Johann Pfanzagl (Horrem), Dr. Franz Grumbach (Münster), Dr. Gerhard Lehbruch (Tübingen), Uwe Schleth (Universität Köln), Theodor Wernerus (Universität Köln). Dr. Walter Scheele, Dr. Gerd F. Heuer und Willi Joisten waren für die Werbe-Agentur »Hegemann« anwesend, Dr. Ludwig Flintsch und Horst Luckert für die Agentur »Die Werbe«, Bonn. Für die BGSt waren beim zweiten Treffen anwesend: Günther Rathke, Theo Lübeck, Hanns Große-Wilde, Hans Bachem (letztere zwei als Tagungssekretäre). Außerdem nahm Dr. Bernhard Gebauer an der zweiten Tagung für die PAE teil.

⁴ Brief Elschner an Heck am 19. 2. 1964, ACDP VII-005–013/3.

Damit sprach er zugleich ein großes Problem der Meinungsforschung zu Beginn der sechziger Jahre an: Die Möglichkeiten mathematisch-statistischer Analysen entwickelten sich nicht proportional zum elektronischen Verarbeitungspotential und den finanziellen wie datentechnischen Ressourcen. Bei der favorisierten Faktorenanalyse handelte es sich nicht um ein einfaches Auswertungsmodell vorhandener Daten zu Präferenzen und anderen Faktoren der Wahlentscheidung, sondern um die Gewichtung der Bedeutung einzelner Komponenten. Sie ermöglichte eine neue Form der desaggregierten Berechnung von Wählern. Indem entscheidende Variablen wie Konfession und Schichtzuweisung nicht mehr als unabhängig gesetzt wurden, konnten die Variablen nun in ihrem jeweiligen Gewicht berechnet werden: Das sogenannte multivariate Verfahren bedeutete, daß mehrere abhängige Variablen gleichzeitig eingesetzt werden konnten, statt sie sequentiell einzeln in Abhängigkeit einer unabhängigen Variable zu berechnen. So erhielten einzelne Variablen immer ein relatives Gewicht, das von anderen Faktoren mitbestimmt wurde. Auf diese Weise sollte idealiter jede einzelne Meinung mit den unterschiedlichsten Faktoren abgewogen werden, um der tatsächlichen Bedeutung der psychologischen Bedingungen von Meinungsbildung und Wahlentscheidung Rechnung tragen zu können. Erklärungsansätze zum Wahlverhalten wurden dadurch flexibilisiert, daß die Faktorenanalyse sozialstrukturelle Einflußfaktoren neben andere Faktoren stellte und keine a priori Hierarchisierung vornahm. Letztlich wurde sie von Elschner ins Feld geführt, weil sie durch die Gewichtung der Faktoren die einzelnen Elemente in Relation setzten und auf diese Weise sowohl vor Fehlschlüssen schützten wie auch vor dem »Mißbrauch einzelner Fragen«.⁵ Mit dieser Aussage spielte er auch auf den internen und öffentlichen Einsatz demoskopischer Daten des IfD und Emnids für und wider die Nachfolge Adenauers an, über die die CDU sich harte Auseinandersetzungen geliefert hatte.⁶ Die Methode versprach, einen in seine (psychologischen) Einzelteile zerlegten und damit berechenbaren Wähler hervorzubringen. Mit diesen Erkenntnissen sollten vor allem die widerspenstigen und schwer greifbaren Wähler, nämlich die zu Beginn der sechziger Jahre besonders in den Blick geratenden Wechselwähler erfaßt und darüber steuerbar gemacht werden.⁷ Die Faktorenanalyse war aber ein zu der Zeit noch nicht herkömmlich durchführbares Rechenexperiment, für das Großrechner benötigt wurden. Zudem stand der Aufgeschlossenheit Elschners ein nur geringes Interesse Hecks gegenüber. Elschner hatte ihm gegenüber die erste Tagung damit begründet, ausloten zu wollen, was die Meinungsforschung in Zukunft leisten könne. Dies wurde auch anerkannt, doch zu der zweiten Tagung forderte Heck zur Zusammenfassung lieber einen Kurzvortrag von Elschner statt des Tagungsprotokolls.⁸ Die Protokolle waren an einen breiten Kreis aus Bundesvor-

⁵ Brief Elschner an Heck am 19. 2. 1964, ebd.

⁶ Vgl. N. GRUBE, »Schröders Chancen steigen«, 2003.

⁷ Für die Rolle der Wechselwähler in der Vorstellung von Wählerschaft und Meinungsbildungsprozessen generell vgl. das ihnen gewidmete Kap. 4.2.a; das steigende wissenschaftliche Interesse zeigte z.B. die Dissertation von M. KAASE, Wechsel der Parteipräferenzen, 1967.

⁸ Vgl. Brief Elschner an Heck am 17. 8. 1963 und dessen Antwort, ACDP VII-005-013/3.

stand und Fraktion verschickt worden, doch die einzig nachvollziehbare Rückmeldung bestand neben Hecks Beschwerde über die Menge des Materials aus Anmerkungen, die auf die Unübersichtlichkeit und die Unverständlichkeit des Inhalts verwiesen.⁹ Dadurch wurden die Mitarbeiter der Bundesgeschäftsstelle zumindest für die Notwendigkeit einer ›Übersetzung‹ wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Alltagssprache sensibilisiert, was zu einem dezidierten Ziel des zweiten Kolloquiums wurde. Elschners konnte von diesen Tagungen durch einen Wissenszuwachs auf diesem Gebiet profitieren, den er gezielt für die Arbeit der Bundesgeschäftsstelle einsetzte. Hier wurden zunehmend eigene Analysen der politischen Situation anhand von Meinungsforschungsdaten vorgenommen, die mit weitgehend eigenständigen Interpretationen versehen wurden.¹⁰

Die zwei Tagungen offenbarten damit zwar das Interesse der Bundesgeschäftsstelle an einer solchen Beratung, zeigten aber ebenso deutlich die Grenzen der Kommunikation zwischen den anwesenden Wissenschaftlern und den politischen Akteuren. Gleichzeitig wurde die Position der Abteilung konturiert, die sich in einem Dilemma zwischen den wissenschaftlich beziehungsweise machtpolitisch geprägten Ausdrucksweisen der jeweiligen Vertreter wähnte. Damit zeichnete sich eine für die Politikberatung typische Problemkonstellation von verschiedenen (Fach-)Sprachen und unterschiedlichen Erwartungshaltungen und Ansprüchen ab.¹¹ Mißverständnisse waren die Folge. Die Abteilung befand sich zwischen den verschiedenen Polen von Beratern und Beratenen, war sich anscheinend selber über ihre Rolle in der einen oder anderen Position noch nicht sicher und fungierte nachfolgend dennoch als Vermittlungs- und Steuerungsinstanz für den Transfer und Einsatz des in dem Zusammenhang der Öffentlichkeitsarbeit generierten wissenschaftlichen Wissens.

Die Verstärkung der eigenständigen Arbeit war nicht allein Resultat vorhandener, erhöhter personeller Ressourcen, sondern ging mit dem Bestreben nach eigenen Kompetenzen in der Meinungsforschung einher. Elschner und sein Mitarbeiter Hans Bachem kümmerten sich kontinuierlich um Fragen der Meinungsforschung. Zudem dürfte die finanzielle Frage in dieser Hinsicht auch eine Rolle gespielt haben. Durch die Zusammenarbeit mit der Politischen Akademie entstand mittels der Zusammenführung von Wissen und Organisationsleistungen ein ›Synergieeffekt‹, der

⁹ Elschner berichtete bei der Eröffnung der zweiten Tagung von der Rückmeldung Adolf Süsterhenns (MdB), der die Unklarheit über den praktischen Nutzen des Besprochenen beklagte. Vgl. Protokoll in ebd.

¹⁰ Vgl. die nur als retrospektive Zusammenstellung erhaltenen Vermerke und Darstellungen: ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet).

¹¹ Die anschwelende, in erster Linie sozialwissenschaftliche Literatur zur Politikberatung befasst sich fast ausschließlich mit verschiedenen Typen der Beratung und Fallbeispielen, verpasst jedoch häufig die Möglichkeit, beide Sphären mit ihren Eigenlogiken aufeinander zu beziehen. Auf diese Weise fällt die Eigenlogik des politischen Bereichs oft einer Gleichsetzung »sachlicher« Zusammenhänge mit wissenschaftlichen Kriterien der Abmessung politischer Probleme zum Opfer. Dies liegt jedoch auch an der schematischen Beschäftigung mit den Fragen der Politikberatung. Vgl. exemplarisch die Studien in A. MURSWIECK (Hrsg.), *Regieren und Politikberatung*, 1994; als Gegenbeispiel sei angeführt S. HILGARTNER, *Science on Stage*, 2000.

die Bundesgeschäftsstelle vor allem finanziell entlastete, auch wenn sich die Akademie seit dem Wegfall der Finanzierung durch die Staatsbürgerliche Vereinigung jedes Jahr erneut um die Stabilisierung der Finanzen bemühen mußte.¹² Auf diese Weise etablierte sich eine reziproke Beziehung zwischen der Bundesgeschäftsstelle beziehungsweise der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und der Akademie nach dem Vorbild der Zusammenarbeit mit Emnid. So arbeitete Elschner als Gegenleistung auch für die Akademie, indem er sein Wissen über Meinungsforschung weitertrug und im Rahmen des Arbeitsprogramms des zur Akademie gehörigen Instituts für internationale Solidarität in Südamerika Wahlkampfhilfe leistete.¹³ Das Institut, das Anfang 1962 zu dem Zweck der Entwicklungshilfe gegründet wurde und in Lateinamerika mit Schwerpunkten in Venezuela und Chile arbeiten wollte, organisierte mit Hilfe des Ministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit für den venezolanischen Wahlkampf 1963/64 eine Unterstützung der christlich-demokratischen Partei durch deutsche Wahlkampfhelfer, zu denen neben Gerhard Elschner auch Walter Scheele gehörte. Elschner kannte ihn bereits seit seiner Tätigkeit für die Berliner CDU in den fünfziger Jahren. Von ihm lernte Elschner einiges über Werbung und entwickelte gemeinsam mit ihm Wahlkampfkonzepte von der Beobachtung bis zu deren Verarbeitung in der Werbung.¹⁴ Sie flogen gemeinsam nach Caracas, um die Vorbereitungen zu begleiten und »Nachhilfeunterricht« in Sachen Meinungsforschung, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung zu geben.¹⁵ Aber nicht nur die Entwicklungshilfe war von dem Erfolg durch diese Kombination von politischer und werbetechnischer Hilfe gekennzeichnet. Hier flossen demoskopisches und wahlsoziologisches Wissen mit der werbetechnischen Politikberatung wiederum in einer spezifischen personalen Konstellation zusammen, die sich auf unterschiedliche Bereiche, wie die interne Fortbildung der CDU-Mitarbeiter, ausweitete. Die Inanspruchnahme durch das Institut zeigte auch, wie viel Wissen über professionell organisierte Beobachtung der Öffentlichkeit durch Meinungsforschung inzwischen in der CDU vorhanden war. Gerade in der gemeinsamen Arbeit mit der Akademie erwies sich, wie gleichgerichtete Interessen die Vorgehensweise bestimmten und sich die Professionalisierung der parteipolitischen Arbeit mit wissenschaftlichen Erklä-

¹² Vgl. für die Schwierigkeiten der Finanzierung und deren Thematisierung in Briefen und Sitzungen ab 1962: ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 1 (unverzeichnet); für die Zusammenarbeit in Bezug auf die Fort- und Weiterbildung vgl. denselben Ordner.

¹³ 1965 begab sich das Institut unter die Hoheit der Konrad-Adenauer-Stiftung. Vgl. für die Umbenennung in Institut für internationale Solidarität der Konrad-Adenauer-Stiftung, ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 2 (unverzeichnet). Vgl. für die Finanzierungsfrage das Sitzungsprotokoll vom 18. 10. 1962, ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 1 (unverzeichnet). Zur Übersicht über die Tätigkeit des Instituts vgl. G. DEUSSEN, Konrad-Adenauer-Stiftung, 1976.

¹⁴ Interview mit Gerhard Elschner am 4. 11. 2002.

¹⁵ Vgl. für die Vorbereitungen der Reise die Sitzungsprotokolle des Vorstandes, die dort vorgelegten Berichte und Protokolle der Vorstandssitzung des Instituts für Internationale Solidarität am 19. 6. und 18. 10. 1962, ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 1 (unverzeichnet). Diese gemeinsame Entwicklungsarbeit in Sachen Öffentlichkeitsarbeit war so erfolgreich, daß sie eine Fortsetzung fand. Vgl. Planungen 1965–1967, an denen auch Emnid teilnahm, in ACDP BGSt Kraske: PAE/KAS, Ordner 3 (unverzeichnet).

rungsansätzen zu Wählerverhalten und Bearbeitung von Meinungsbildungsprozessen verband.

In dieser Konstellation wurde aber nicht nur die wissenschaftliche Perspektive vorangetrieben, sondern auch die Frage nach ihrer Anwendung gestellt. Schon zu Beginn der sechziger Jahre, als sich die Kooperation mit der Akademie Eichholz verstetigte, schien die Schaffung eigener Institutionen für Dienstleistungen wie der Meinungsforschung und politischen Beratung generell nicht mehr fern. So entwickelte Peter Molt eine konzeptionelle Skizze, die nach Vorbild des 1958 entstandenen Instituts für internationale Solidarität eine weitere Ausdifferenzierung der Arbeit der Akademie vorsah. Der Entwurf sah vor, ein Studienzentrum aufzubauen, das politisch-inhaltlich auf wissenschaftlichem Niveau den Gremien und politischen Akteuren der CDU zuarbeiten sollte.¹⁶ Die Überlegungen waren dabei erkennbar von dem Wunsch nach Unabhängigkeit von kommerziellen Instituten geprägt.

Die Idee für ein Studienzentrum wurde vom Geschäftsführenden Vorsitzenden erstmals öffentlich auf dem Dortmunder Reformparteitag als ein Teilstück seiner Reformplanungen erwähnt. Im Bundesvorstand konnte er jedoch keine eindeutige Entscheidung über die Umsetzung erreichen.¹⁷ Im folgenden Jahr wurde die Idee konzeptionell ausgearbeitet, ohne zu einer gültigen Präzisierung zu gelangen. Es blieb weiterhin offen, ob es sich bei dem Studienzentrum um ein internes Bildungszentrum oder ein wissenschaftliches Forschungszentrum handeln sollte. Ungeklärt blieb auch die finanzielle und organisatorische Anbindung an die Bundesgeschäftsstelle oder die Akademie Eichholz.¹⁸ Festgehalten wurde lediglich in den zwei von Dufhues skizzierten Aufgaben das Vorhaben, zu aktuellen Fragen Informationsmaterial zu produzieren, das an die Basis gegeben und dort diskutiert werden sollte, und zu langfristigen politischen Fragen durch hauptamtliche Mitarbeiter und externe Gutachter Sachverstand zu entwickeln.¹⁹ Diesen Ausführungen folgten keine konkreten Planungen, auch wenn Dufhues die Idee nochmals Anfang 1964 im Präsidium vorbrachte und Elschner ihn intern argumentativ mit Hilfe seiner Wahlkampfbeobachtungsreisen und auch publizistisch weiter verfolgte.²⁰ Vermutlich scheiterten sie an den Finanzierungsmöglichkeiten, so daß das Konzept vorerst von der organisatorischen Agenda verschwand.²¹

¹⁶ Vgl. Aktennotiz von Molt für Dufhues am 27.10.1962, ACDP BGSt Kraske: PAE, Ordner 1 (unverzeichnet).

¹⁷ Vgl. Sitzungsprotokoll am 22.11.1962, G. BUCHSTAB, Protokolle 1961–1965, 1998, S. 330f.; Aktennotiz von Müllenbach/Unland am 14.2.1963, ACDP VII-001-028.

¹⁸ Vgl. Vermerk von Kraske an Dufhues am 19.9.1963, ebd.

¹⁹ Vgl. Dufhues vor dem BuVo auf der Sitzung am 22.11.1962 und Diskussion mit Beitrag Eugen Gerstenmaier, G. BUCHSTAB, Protokolle 1961–1965, 1998, S. 331, 339.

²⁰ Vgl. beispielsweise seinen Bericht zu seiner Wahlkampfbeobachtung in Großbritannien, in dem er sich insbesondere dem Forschungszentrum der Tories widmete, 6.4.1966, ACDP VII-003-004/1; G. ELSCHNER, 20 Jahre CDU, 1965.

²¹ Vgl. Sitzungsprotokoll vom 3.2.1962, ACDP VII-001-053/1.

b) *Innerparteiliche und andere Perspektiven: Die Ausweitung demoskopischer Beobachtung 1963–1966*

Sowohl Dufhues als auch Erhard als Nachfolger Adenauers mußten erfahren, daß die Reform der Partei keine leichte Aufgabe war.²² Während seiner Amtszeit drangen Dufhues' Vorstellungen von einer Partei als einer funktionierenden Organisation in Bezug auf interne Kommunikations- und Organisationsstrukturen tief in die unteren Hierarchieebenen vor und griffen in den Vorstellungshaushalt der CDU als Nicht-Mitgliederpartei beziehungsweise Honoratiorenpartei ein, auch wenn ihm in der Literatur zwar sein Bemühen, aber auch ein Scheitern darin attestiert werden.²³ Die Partei bestätigte ihm, »mehr sein [zu wollen] als eine Hilfsorganisation der Bundesregierung, ein Anhängsel der Bundestagsfraktion, [...] eine Wahlkampfmaschine«, wie auf dem Parteitag 1964 festgehalten wurde.²⁴ Dufhues ging strategisch vor, um seine Vorstellungen zur verwirklichen. Er nutzte die Umbruchsituation 1963 dazu, den symbolischen Wandel mit tatsächlichen Veränderungen in der Arbeit der CDU zu verbinden und diesen dadurch anzutreiben. Indem er in Diskussionen immer wieder auf Befunde der Umfrageforschung verwies, nahm er die demoskopische Interpretationsleistung politischer Sachverhalte auf.²⁵ Um die Wahrnehmung der Umbruchsituation 1963 nachhaltig zu fördern, wurden Umfragebefunde in der Bundespartei zur Kenntnisnahme herumgeschickt. So wurde die demoskopische Beschreibung der politischen Situation in der Bundesrepublik zu einem selbstverständlichen Teil des »Informationskanons« der Partei. Und die Landesverbände hatten in ihren Untersuchungen für Wahlkämpfe eine solche Routine entwickelt, daß die Bundesebene sich auf andere Fragen konzentrieren konnte, zum Beispiel auf die Partei selber.

Das Interesse an der eigenen Partei erlangte Sichtbarkeit durch den entstandenen Veränderungsdruck. Dies zeigt auch das Mitte 1963 von der Öffentlichkeitsarbeitsabteilung erstellte interne Papier »Notizen zur gegenwärtigen Situation und den künftigen Aufgaben der CDU«. Es war unter genauer Erkenntnis der demoskopischen Sachlage entstanden und an ihr ausgerichtet, indem zum Beispiel Erhard als wichtigster Pluspunkt aufgrund seiner guten Popularitätswerte betrachtet wurde.²⁶ Die CDU konnte von nun an einer erfolgreichen systematischen (Selbst-)Beobachtung unterzogen werden, zumal sich die Landesverbände kooperativer verhielten als zuvor. Noch 1956 hatten Untergliederungen sich der Aufforderung ihres Vorsitzenden verweigert, dem Bundesverband auch nur die Mitgliederzahlen mitzuteilen.²⁷

²² Erhard interessierte sich nicht für die Partei und hielt auch nicht viel von deren Ausbau, F. BÖSCH, *Die Adenauer-CDU*, 2001, S. 365f.

²³ Vgl. W. SCHÖNBOHM, *Die CDU wird moderne Volkspartei*, 1985, S. 59–65, 88–93.

²⁴ Zitiert nach H. O. KLEINMANN, *Geschichte der CDU 1945–1982*, 1993, S. 87.

²⁵ Als Beispiel vgl. die regelmäßigen Ausführungen zu demoskopischen Befunden im Präsidium und BuVo ab 1963; ACDP VII-001–053/1; G. BUCHSTAB, *Protokolle 1961–1965*, 1998.

²⁶ Vgl. Anlage zu Kraskes Brief an Heck am 6. 6. 1963, ACDP VII-004–131/2.

²⁷ Vgl. W. SCHÖNBOHM, *Die CDU wird moderne Volkspartei*, 1985, S. 47. Für diese verfahrenere Situation als charakteristisches Beispiel des nicht vorhandenen Vertrauens in die BGSt vgl. auch F. BÖSCH, *Die Adenauer-CDU*, 2001, S. 256, 267–282.

Die vollständige Erfassung der Mitglieder in einer zentralen Mitgliederkartei erfolgte erst ab 1962. Sie erlaubte der Partei erstmals, sich ein auf ihrer zahlenmäßigen Mitgliedschaft aufgebautes Bild von sich selber zu machen. Damit wurde die informelle Führungsstruktur der CDU, die stark an Hans Globke Wissen und Personennetzwerk hing, an Dufhues weitergetragen, aber auch in Ansätzen transparent gemacht, weil Wissen über die CDU für die Gesamtpartei durch die Statistik zugänglich wurde.²⁸

Das Wissen um die Zusammensetzung der Mitgliedschaft wurde mit den Untersuchungen zur Wählerschaft unter dem Stichwort der Volkspartei verknüpft. Als Verbindungsbrücke zwischen Mitgliedern und Wählern fungierten die Vereinigungen der CDU. Sie wurden gerade im Vorfeld des Wahlkampfes in die Überlegungen zu einer gezielten Ansprache der verschiedenen Gruppen, differenziert nach Geschlecht (Frauen), Jungwählern und konfessioneller Zugehörigkeit, einbezogen. In gemeinsamen Sitzungen wurde das Vorgehen besprochen, nicht zuletzt um ein eigenständiges Vorgehen der Vereinigungen in der CDU zu verhindern.²⁹ Für die Überlegungen lieferte Emnid die Vorlagen, indem es die schon seit den fünfziger Jahren existierenden Untersuchungen zu den Strukturen der Parteianhängerschaften fortführte. Auf diese Weise konnte es damit seine Untersuchungsansätze durchsetzen und das Programm zu einer grundlegenden Wahlforschung weiter vorantreiben.³⁰ In einer Vorarbeit zu den Wahlen 1965 wurde die Auflösung der sozialstrukturellen Bindungen herausgearbeitet und Zuschreibungen von Parteien als Volksparteien im Rahmen von Mitglied- und Wählerschaften thematisiert.³¹ Damit eröffnete sich für die CDU das Feld der Beziehungen zwischen Wählern und Mitgliedern, aus denen spezifische Handlungsoptionen für die CDU abgeleitet wurden. Dies betraf beispielsweise die Entscheidung, welche Zielgruppen besonders und in welcher Form zu umwerben seien. Die theoretische Konzeption einer Aufgliederung der Wähler nach ihren Motiven begann zu wirken: Mittels der zuvor auf den »theoretischen Colloquien« gepriesenen Faktorenanalyse wurde nun den Fragen nach der Bedeutung unterschiedlicher Wahlentscheidungsfaktoren nachgegangen; dies wurde wiederum mit der Mitgliedschaft und den Annahmen über den Charakter von Par-

²⁸ Für die informelle Führungsstruktur, die hauptsächlich durch Personen und mit Hans Globke als Organisations- und Kommunikationszentrum existierte, vgl. ebd., S. 250–267.

²⁹ Vgl. die verschiedenen Unterlagen zu den Gruppen in der Mappe sowie Entwurf für einen Vermerk von Elschner an Dufhues über Kraske zu Arbeitssitzung mit den Vorständen der Vereinigungen (1964/65), ACDP VII-004 BGSt, Abt. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet). Für die erfolgreiche Befriedung der heraufziehenden Unruhe in der CDU vgl. F. BöSCH, Die Adenauer-CDU, 2001, S. 365; für die Referenzen zur »Volkspartei« vgl. Kap. 4.2.d.

³⁰ Vgl. eine indirekte Beschreibung des damaligen Forschungsleiters von Emnid: K. D. EBERLEIN, Möglichkeiten und Grenzen, 2001, insbes. im letzten Drittel des Buches mit anonymisierter Beschreibung der Studien und Fragestellungen.

³¹ Vgl. Manuskript Klaus D. Eberlein, »Zur sozialstatistischen Struktur der Parteianhängerschaften im Jahre 1963«, ACDP VII-004 BGSt, Abt. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet).

teien korreliert. In dem Maße, wie die sozialstrukturellen Befunde relativiert wurden, weiteten sich die Handlungsspielräume der Demoskopien.³²

Zentraler Angelpunkt für die Ausweitung der demoskopischen Beobachtung lag im sich wandelnden Selbstbild der CDU in Abgrenzung zur Konkurrenz. Grundlegend dafür war die Bezugnahme auf die SPD und deren Wählerschaft, was wiederum demoskopisch unterfüttert wurde. Daß die Demoskopien mit ihren Thesen zur Auflösung der Parteibindungen richtig lagen, wurde mit der wachsenden Wählerschaft der SPD, die auf Kosten der CDU Stimmen zu maximieren trachtete, belegt. Zuvor waren lediglich die Wähler der kleinen konservativen Parteien ihrerseits von dem Sammlungskurs der CDU umworben worden; die umgekehrte Erfahrung löste Unruhe aus. So wurde das Vorgehen der SPD, sich der CDU programmatisch anzunähern und einen »Gemeinschaftskurs« zu fahren, als eine anscheinend erfolgreiche Annäherung an zuvor für die SPD unerreichbar geglaubte Wählerschichten betrachtet. Es wurde als erforderlich erachtet, die Meinungsforschung stärker zur Beobachtung der öffentlichen Meinung einzusetzen und eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Im Bundesvorstand der CDU war dies seit dem Wahlkampf 1961 ein immer wiederkehrendes Thema. Die entstehende Ratlosigkeit sollte in der Bundesgeschäftsstelle über eine besonders genaue Beobachtung der Wähler wie der SPD gelöst werden.³³ Marksteine des demoskopischen Vergleichs waren neben der Sonntagsfrage insbesondere die Popularitätswerte von Willy Brandt, die ihn gegenüber Adenauer und Erhard als gefährlichen Herausforderer erscheinen ließen. Die SPD wurde somit zu einem Bezugspunkt der eigenen Betrachtung und Verhaltensweisen. Sie diente der Abgrenzung wie der eigenen Positionsbestimmung, wobei sich die CDU von der insbesondere durch Adenauer in seinen Reden immer wieder forcierten Negativfolie SPD nur langsam zu lösen vermochte: Die Professionalisierungsbestrebungen der Organisation, die Dufhues am 22. November 1962 dem Bundesvorstand als sein zentrales Arbeitsprogramm präsentierte, bezogen sich insbesondere bei der personalen Ausstattung mit Blick auf Presse und Öffentlichkeitsarbeit ausdrücklich auf die Ressourcen der SPD.³⁴ Ein halbes Jahr diente die SPD beziehungsweise die Friedrich-Ebert-Stiftung wiederum dazu, den Ausbau der Politischen Akademie Eichholz zu legitimieren. Die CDU wollte mit dem Ausbau einer eigenen Einrichtung in Konkurrenz um Bundesmittel zum Fortbildungshaus »Bergneustadt« treten.

Auch im Selbstbild wurde die SPD an die CDU herangerückt. Bei der Betrachtung der Wählerstrukturen der Parteien wurde die SPD als eine auf dem halben Wege stehen gebliebene Volkspartei betrachtet.³⁵ So konnte auch die Angabe, die

³² Vgl. Vorlage Hans Bachem für Kraske am 19. 10. 1964, »Soziologische Struktur der Parteihängerschaften im Zeitvergleich« und vgl. dazu am 29. 10. 1964, »Die CDU als Volkspartei«, ebd.

³³ Vgl. z. B. Notiz Kraske an Dufhues am 15. 11. 1963, ACDP VII-001-028; G. BUCHSTAB, Protokolle 1961-1965, 1998; Aktennotiz von Müllenbach am 14. 2. 1963, ACDP VII-001-028.

³⁴ Er tat dies jedoch, ohne Zahlen zu nennen. Vgl. Protokoll der Sitzung vom 22. 11. 1963, G. BUCHSTAB, Protokolle 1961-1965, 1998, hier S. 329.

³⁵ Vgl. Hans Bachem, »Wählerstruktur der Parteien«, o. D. [1964], ACDP VII-004 BGSt, Abl. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet).

SPD würde bestimmte Vorhaben finanzieren, zu einem schlagenden Argument in der internen Auseinandersetzung werden. Eine von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit unterstützte Initiative der Kölner CDU, aufgrund abweichender Wahlergebnisse und einer Sondererhebung des Statistischen Amtes in Köln eine Untersuchung zu veranlassen, wurde damit begründet, daß auch die Kölner SPD eine solche Untersuchung in Auftrag gegeben und »dafür nach unseren Informationen erhebliche Zuschüsse übergeordneter Parteistellen erhalten« habe.³⁶ Der Zuschuß von 5000 DM erfolgte postwendend. Es wurden veröffentlichte Abhandlungen und Zeitungsartikel über die Beziehungen zwischen den beiden Parteien und ihren Unterschieden intern herumgeschickt und auch die Beobachtungsvorgänge der SPD wiederum beobachtet.³⁷ Bereits ein bloß vermuteter Wissensvorsprung des Gegners in einer Hinsicht bot Anlaß, sich ebenfalls damit zu beschäftigen. Die Nervosität der CDU mag auch daran gelegen haben, daß in den sechziger Jahren bezeichnenderweise weniger Informationen über die demoskopischen Tätigkeiten der SPD als noch in der Dekade zuvor vorlagen. Die Selbstbeobachtung und neue Konzeptualisierung der Politik als wissenschaftlich unterstütztes Handeln kann so zumindest zu einem Teil als Reaktion auf die Beobachtung der SPD gewertet werden. Die SPD stellte eine wichtige Reflexionsfläche nicht nur für die inhaltliche Abgrenzung der CDU dar, sondern in zunehmendem Maße auch für die Außendarstellung und die Ansprache ihrer Wählerschaft, denn sie wurde als konkurrierende Partei in Sachen Öffentlichkeitsarbeit, Selbstdarstellung und Beobachtungsweisen der Wählerschaft neu wahrgenommen.

Die Ausweitung der demoskopischen Beobachtung betraf auch die Vorgehensweise der Vorbereitung auf Landtagswahlen. Die stärkere demoskopische Selbstständigkeit der Landesverbände bedeutete eine Entlastung und einen Kontrollverlust zugleich. Mit der Begründung, daß ein zukünftiger Wahlkampf in einem anderen Stil als die vorherigen geführt werden müsse, wurden jedoch die Spitzenpolitiker der Länder bedrängt, nicht nur weiterhin Unterstützung entgegenzunehmen, sondern gegenseitige Hilfestellung zu leisten. Die landesweiten Untersuchungen sollten als direkte Vergleichsstudien zu den bundesweiten angelegt werden.³⁸ Insbesondere der Kanzlerwechsel aktivierte die Bundespartei. So wurde während der Untersuchungen für die Landtagswahlen ab 1963 Ludwig Erhard in den demoskopischen Blick genommen. Landesweite Untersuchungen wurden hier durch eine bundesweite Sonderuntersuchung zum Kanzlerwechsel ergänzt und auch eigene Studien zu seinem

³⁶ Brief Wilhelm Lenz (CDU Köln) an Dufhues am 12.7.1963 und im folgenden Antwort am 31.7.1963, ACDP VII-001-028. Es muss offen bleiben, ob die Studie zu einer Spezialuntersuchung des Landesverbandes oder der Landtagsfraktion wurde, wo sich der Fraktionsausschuß »Meinungsumfrage« zwei Jahre mit der Umfrage beschäftigte und Emnid auch Fragen vorschlug, vgl. Hinweise in HStA Ddorf RW 360, 1810 und 1811.

³⁷ Vgl. z.B. Verschickungsaktion von Kraske am 6.6.1963 zur Vorbereitung auf eine Besprechung. Unter den Materialien befinden sich diverse Zeitungs- und Zeitschriftenartikel zu dem Thema, ACDP VII-004-131/2.

³⁸ Vgl. Brief Dufhues an Kiesinger am 25.6.1963, ACDP VII-001-028.

Profil angefertigt. Letztere wurden als psychologische Studie zu seinem Image sowohl von Emnid als auch von dem auf qualitative Studien spezialisierten IfM durchgeführt.³⁹ Für Erhards Wahlkampfreise im Rahmen der baden-württembergischen Landtagswahlen 1964 wurde von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit mit dem Wahlforscher Rudolf Wildenmann beziehungsweise dem politikwissenschaftlichen Institut der Universität Köln eine Route ausgearbeitet. Von der hohen Wechselbereitschaft der Wähler ausgehend, wurde die Route nach demoskopischen, soziographischen und politischen Informationen und unter Beachtung lokalpolitischer und geographischer Bedingungen erstellt. Diese Reise, die in ihrer Vorbereitung und Durchführung auf die »Deutschlandreise« Willy Brandts im Wahlkampf 1961 zurückging, wurde durch das Bundespresseamt beobachtet und ausgewertet, ohne jedoch eine weitere wissenschaftliche Hilfestellung in Anspruch zu nehmen, so daß die Auswertung nur Impressionen wiedergab.⁴⁰ Jedoch fand sich eine gemeinsam von der Abteilung und dem Bundespresseamt erarbeitete Liste zu »Folgerungen für die künftigen Einsätze«.⁴¹

Die Untersuchungen zu Landtagswahlen 1964 gehörten bereits zur Vorbereitung der folgenden Bundestagswahl, die von der Bundesgeschäftsstelle nach inzwischen bekanntem Muster konzipiert und vorbereitet wurde. Neben der Planung einer sogenannten »Grunduntersuchung« mit Spezialauswertungen der von Landtagswahlen betroffenen Länder, begleitet von laufenden Untersuchungen zur Struktur der Parteianhängerschaften, wurden im Frühjahr 1965 Sonderuntersuchungen auf Bundesebene in Form einer Erhebung zur Meinungstendenz durchgeführt. Motivpsychologische Untersuchungen von Werbemitteln kamen hinzu. Gerade in diesem Bereich wurde Emnid durch das IfM, das qualitative Tests beisteuerte, unterstützt.⁴² Die Bundesgeschäftsstelle kümmerte sich auch weiterhin um die Fortbildung und Information der Untergliederungen und erreichte eine wichtigere Position als zuvor, denn die Entscheidungen wurden nun in einem kleinen Gremium um Kraske getroffen und damit nicht mehr im Bundeskanzleramt vorbereitet. Die obligatorischen statistischen Informationen für die Wahlkreise wurden diesmal noch intensiver bearbeitet, um Leitfäden für Kandidaten und Kreisverbände erstellen zu können: Dazu wurden die Wahlergebnisse jeweils anhand von »Fluktuationsberechnungen« analysiert. Das bedeutete, daß kurzfristige Datenerhebungen vor dem Hintergrund längerfristiger Statistiken, wie die Ergebnisse der letzten Volkszählung und der letzten

³⁹ Diese Studien wurden vom BPA finanziert. Vgl. für Studie K.-G. v. STACKELBERG, *Attentat auf Deutschlands Talisman, 1967*, S. 49 ff.

⁴⁰ Vgl. »Bundeskanzler Professor Erhard im Wahlkampf Baden-Württemberg«, 16. 9. 1964 (war als Verschlußsache gekennzeichnet), ACDP VII-003-004/1.

⁴¹ Vgl. ebd.

⁴² Vgl. Vermerk von Elschner an interne Runde (Abteilungen Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Organisation) »Kurze Übersicht über die ersten Überlegungen zur Vorbereitung der Bundestagswahl 1965« am 4. 9. 1964, ACDP VII-003-085/2 und Aufstellung »Bundestagswahlkampf 1965«, ACDP VII-003-084/1. Für Untersuchungen des IfM vgl. J. BUSCH/F. LÜKE, *Kampf um die Macht 1965, 1965*, S. 87.

Bundestags- und Landtagswahlen auf Gemeindeebene, verarbeitet wurden.⁴³ Damit ging eine stärkere Konzentration auf Zielgruppen der Wählerschaft einher.

Dazu trug eine intensivere internationale Perspektive bei. Zur Beratung für die Vorbereitung des Wahlkampfes wurden 1964 Gerhard Stoltenberg und Gerhard Elschnher zur Beobachtung des Wahlkampfes in die USA geschickt. Der Vorbildcharakter der USA und auch Großbritanniens veränderte die eigene Beobachtung und die Ansprache, denn beide kehrten mit jeweiligen Beobachtungen und Ideen zur Werbung und Kommunikation zurück.⁴⁴ Daneben dürfte die verstärkte Berichterstattung in den bundesrepublikanischen Medien zum Wahlkampf selber und die dortige Verbreitung wahlsoziologischen Wissens den Impuls ausgelöst haben, Medien und ihre Berichterstattung besser als zuvor (überhaupt) zu beobachten.⁴⁵ Die internationale und die mediale Perspektive förderten die umfragenbasierte Zeitdiagnose, daß die Wählerbasis der CDU zu schwinden drohe. Daraus wurde die Notwendigkeit verstärkter Anstrengungen zur Stimmenmaximierung bei den Wählern und der Präsentation in den Medien abgeleitet. Die aufgrund der hohen Kosten 1965 nur spärlich eingesetzte Faktorenanalyse wurde als ein Mittel begriffen, dem befürchteten Sinkflug ein Ende zu bereiten, indem sie die Gründe für die Abwendung aufzeigte und so Hinweise zur Gegensteuerung gab. Sie sollte einzelne Sachverhalte für eine Wahlentscheidung herausgreifen und sie in ihrer Bedeutung für einen Einsatz für die Persuasion bewerten, und zwar mathematisch abgesichert. Gemäß der Filterung und Gewichtung einzelner Variablen wurde beispielsweise zu Beginn des Wahlkampfes 1965 vermutet, daß die von der SPD herausgearbeitete Konnotation von Strauß als »negative Symbolfigur« für eine absolute Mehrheit der SPD sorgen könnte.⁴⁶ Damit begab sich die CDU in einen Erklärungszirkel der Demoskopie: Die demoskopisch gestellte Diagnose wurde mit demoskopischen Mitteln therapiert.

Auf diese Weise fand unterhalb der routinierten Oberfläche der Vorbereitungen eine Verschiebung der Beobachtung- und Kommunikationskoordinaten der Partei statt. Sie bezog sich auf eine grundsätzliche Veränderung des Blicks auf die Partei und die Gesellschaft, deren Beobachtung in der CDU nicht mehr immanent und selbstverständlich durch die Politiker geschah, sondern von den demoskopischen

⁴³ Journalisten machten sich über die wissenschaftlichen Bemühungen lustig (Überschrift: »... diesmal wirklich wissenschaftliche«), ohne es zu versäumen, die Vorbereitungen genau zu schildern. Vgl. J. BUSCH/F. LÜKE, Kampf um die Macht 1965, 1965, S. 81–89.

⁴⁴ Vgl. Berichte Stoltenberg und für das BPA Hans Otto Skiborski, ACDP VII-003-004/1; Werbemittel und den Wahlkampf-Ablauf finden sich z. B. in J. BUSCH/F. LÜKE, Kampf um die Macht 1965, 1965.

⁴⁵ Vgl. für die Ausbreitung wahlsoziologisch-demoskopischen Wissens sowie den damit in der Presse verbundenen, ebenfalls verstärkt dargestellten Werbekonzeptionen von CDU wie SPD Kap. 5.2.b. Als Beispiele seien hier nur aufgeführt: »Die CDU muß auf Erhards Ansehen bauen«, SZ vom 26. 3. 1965; Günther Gillissen, »Gute Politik ist wichtiger als Werbung«, FAZ vom 18. 1. 1965.

⁴⁶ Vgl. »Zweite Vorlage zur Wahlkampf- und Werbekonzeption der CDU 1965. Vorlage der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, 5. 4. 1965, ACDP VII-003-085/2. Die Vorlage ist eine Ergänzung zur Vorlage vom 14. 1. 1965, ACDP VII-003-069/1; vgl. als weiteres Beispiel den untersuchten »Einfluß der Bergbau-Situation auf das Ergebnis der BTW vom 19. 9. 1965 in NRW«, ACDP VII-003-084/1; Protokoll der Präsidiumssitzung am 22. 4. 1966, ACDP VII-001-056.

Anstrengungen und einer veränderten Ausdruckweise gekennzeichnet war. Es setzte sich eine explizite Berufung auf wissenschaftliche Erkenntnisse bei der Beschreibung von politischen Situationen, der Wählerschaft sowie gesellschaftlicher Veränderungen durch. Begleitet wurde diese Veränderung von einer rapiden ›Theoretisierung‹ der Beschreibung von Gesellschaft innerhalb der CDU, mit deren Hilfe eine bessere und damit folgerichtiger erfolgreiche Politik betrieben werden sollte. Die Mitarbeiter wurden über die Schulungen in eine soziologische Beschreibung der Gesellschaft und ihrer öffentlichkeitswirksamen Bearbeitung eingeführt; die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit wirkte mittels ihrer eigenen Texte auf eine wissenschaftliche Erkundung von Gesellschaft und vertraute dabei zugleich auf die demoskopische Beobachtung und deren Kategoriensystem. Schließlich wurden in fast jeder Bundesvorstands- oder Präsidiumssitzung Umfragezahlen, von Emnid und dem IfD, aber auch anderen Instituten dargeboten.⁴⁷ Damit ließ sich die CDU auf eine andere Betrachtungsweise von Gesellschaft ein. Hatte die Bundesgeschäftsstelle 1957 die Schwelle von dem Hilfsinstrument Meinungsforschung hin zur Lieferantin des Gestaltungsrahmens überschritten, so hatte sie nun diesen Schritt vollendet. Die desaggregierte Betrachtungsweise der politische Entscheidungsfragen und Wählerschaften kleinarbeitenden Demoskopie setzte sich um in den Denkstilen der mit Öffentlichkeitsarbeit befaßten politischen Akteure. Die prinzipiell auf den Wahltermin ausgerichtete Beobachtung wurde so auf Permanenz abgestellt und funktionierte als Beobachtung und Grundlage einer generellen Beschreibung von Gesellschaft. Damit soll nicht behauptet werden, daß die CDU sich auf die Demoskopie als alleinige Beschreibungsform der Gesellschaft verließ. Neben ihr wurden sozial- und politikwissenschaftliche Beiträge zum Stand der Gesellschaft aufgenommen und in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit im Deutungsrahmen der politischen Kybernetik verarbeitet. Als Beobachterin der öffentlichen Meinung war sie allerdings unerlässlich.

Diese Verschiebungen zeigten sich auch an der Tagung zur Auswertung der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes 1965, die mehrere Monate nach dem Wahltermin stattfand, um den Instituten Zeit für ihre Auswertungen zu geben.⁴⁸ Die Tagung war mit der vorherigen kaum zu vergleichen: Es nahmen mehr als doppelt so viele Personen (54 Personen insgesamt) daran teil. Ebenso wie die für den Wahlkampf Verantwortlichen in der Parteiführung waren mehr Journalisten und Publizisten anwesend. Die Vorträge zur Auswertung wurden nicht mehr dem Abteilungsleiter überlassen, dies übernahm nun Kraske persönlich. Damit wurde zum einen die gestiegene Bedeutung der Parteizentrale und ihrer öffentlichkeitswirksamen Arbeit für die CDU gegenüber den Regierungsinstitutionen wie dem Bundespresseamt deutlich. Zum anderen erwies die CDU ihre Referenz gegenüber der wissenschaftlichen Politikberatung. Die Analyse der Wahlergebnisse unternahm Rudolf Wildenmann. Er wurde jedoch nicht nur darum gebeten, weil er die Auswertung der inzwischen elektronisch vorhandenen Daten betreute und das dazu notwendige Programm

⁴⁷ Vgl. z. B. Vorstellung von Daten von Kraske im BuVo am 3. 6. 1966, ACDP VII-001-053/1.

⁴⁸ Für die Auswertung der Bundestagswahl 1965 vgl. ACDP VII-003-012/3.

schrieb.⁴⁹ Erstens war er inzwischen Professor in Mannheim und hatte die Auswertung von Daten schon am Wahlabend im ZDF begleitet. Doch auch wenn er dort etwas glücklos agiert hatte, so hatte er, zweitens, nicht wie Emnid mit der Prognose weit daneben gelegen, das im ZDF einen Gleichstand von SPD und CDU vorausgesagt hatte. Die Partei hatte diesen Vorfall dazu genutzt, den Vertrag mit Emnid 1966 nicht zu verlängern.⁵⁰ Wildenmann also referierte nun statt Stackelberg auf dieser Tagung und verlieh ihr damit einen stärkeren wissenschaftlichen Anstrich. In seinem Vortrag ging er insbesondere auf Wechselwähler ein und schloß gegenüber Kraskes unklaren Aussagen zu den Erwartungen zukünftigen Wählerverhaltens seine Ausführungen mit dem deutlichen Hinweis, daß »der Wahltag zunehmend eine reale Möglichkeit zum Machtwechsel wird.«⁵¹ Er konnte bei seinem Plädoyer für einen weiteren Ausbau der demoskopischen Beobachtung darauf bauen, daß Meinungsforschung inzwischen zu einem fest etablierten Instrument gesellschaftlicher Beobachtung bei der CDU geworden war. Diese hatte in ihrer (internen) Auswertung bereits erkennen müssen, daß sie zum ersten Mal Stammwähler verloren hatte. Das Wahlverhalten wurde als »zunehmende Demokratisierung und Pluralisierung« quittiert und als generelle Veränderung des Wahlverhaltens begriffen.⁵²

Die Anerkennung der wissenschaftlichen Beratung der Politik und die Erkenntnis, nicht nur auf Wechselwähler zu schauen, sondern die sich verändernden Wahlergebnisse als eine grundlegende Veränderung des Wahlverhaltens auch von Stammwählern zu deuten, kennzeichnet einen Lernprozeß in der Bundesgeschäftsstelle der CDU. Politisches Verhalten der Wähler wie auch der politischen Akteure wurde zunehmend unter demoskopischer Maßgabe betrachtet. So wurde die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit 1966 im Rahmen einer Umstrukturierung personell sowie in ihren Aufgaben erweitert und in »Öffentlichkeitsarbeit und Werbung« umbenannt.⁵³ Aber die gestiegene Aufmerksamkeit und Orientierung daran führte zu einer paradoxen Entwicklung: Auf der einen Seite wurde der Umfrageforschung eine hohe Bedeutung zugemessen, auf der anderen Seite wurde die Sicht auf Meinungsforschungsergebnisse durch ihre hohe Anzahl und ihre Redundanz relativiert. Ge-

⁴⁹ Dies bedeutete, daß er die Auswertungsbefehle programmierte. Es handelt sich lediglich um ein anderes Verfahren der Codierung, die Art der Berechnung veränderte sich anscheinend nicht. Vgl. Hinweis darauf in einem Brief von Elschner an von Hassel zur Schnellanalyse der Wahlergebnisse am 21. 9. 1965, ACDP VII-003-069/1.

⁵⁰ Vgl. für den auf die Fehlprognose folgenden »Skandal« das Kapitel zur medialen Verarbeitung der Demoskopie, Kap. 5.2.b.

⁵¹ »Kurzprotokoll der wissenschaftlichen Tagung zur Auswertung der Bundestagswahl 1965«, 9./10. 3. 1966, S. 8, ACDP VII-003-012/3.

⁵² Vgl. Schnellanalyse zum Wahlergebnis, von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit am 21. 9. 1965 verschickt, ACDP VII-003-069/1; vgl. auch Elschners Analyse im parteihistorischen Kontext: G. ELSCHNER, 20 Jahre CDU, 1965. Für diese Analyse, die er zuvor intern verschickte, geriet er in der Parteispitze unter Druck, wurde jedoch von Heck gestützt. Vgl. Korrespondenz zwischen Ludwig Erhard und Heck am 1. 10. und 12. 10. 66, ACDP VII-001-030/1.

⁵³ Sie setzte sich zusammen aus den Zuständigkeiten für Meinungsforschung, Statistik, Organisationen und Verbände, Werbung, Lektorat, Korrespondenzdienst sowie Bildung und Information. Vgl. Organisationsplan der CDU-BGSt Bonn 1967 (Sonderordner).

mäß der unendlich scheinenden Möglichkeiten, politisches Verhalten durch Umfragen zu beobachten, die Verhaltensweisen in festen Personengruppen zu fassen und so auch die Möglichkeit eines steuernden Eingriffs zu erhalten, wuchs der Bedarf an Untersuchungen – wie auch deren Spannweite. Der gemeinsam mit dem Angebot zunehmende Beobachtungsdruck korrespondierte mit dem Einsatz der Computertechnik. Die Nutzung der Computer wurde zwar mit der Zeit einfacher und schneller, aber im Zusammenhang mit der wachsenden Komplexität der Fragestellungen und der steigenden Datenzahl entstand eine Kostenspirale.

c) *Die Gründung des Wissenschaftlichen Instituts: Ein Versuch expliziter Verwissenschaftlichung 1967–1970*

1967 bot sich eine alternative Finanzierungsmöglichkeit für die Umfrageforschung. Vor dem Hintergrund des umfänglichen und finanziellen Wachstums der Meinungsforschung wurde die Idee eines eigenen Instituts wieder aufgegriffen und Elschner mit der Gründung und Leitung des »Wissenschaftlichen Instituts der Konrad-Adenauer-Stiftung« (WIKAS) beauftragt. Elschners engster Mitarbeiter in der Abteilung, Hans Bachem, folgte hingegen nicht in das neue Institut, sondern wechselte im gleichen Jahr in die Staatskanzlei von Rheinland-Pfalz, in die ihn Helmut Kohl als frisch gewählter Ministerpräsident abgeworben hatte. Elschner gab mit dem Wechsel seine Arbeit als Abteilungsleiter bei der Bundespartei auf, nahm aber sein Arbeitsgebiet de facto mit, da die Meinungsforschung nun aus der Bundesgeschäftsstelle, genauso wie ihr nahe stehende Funktionen wie die Statistik, ausgegliedert und zu Aufgaben des Instituts gemacht wurden. Auf diese Weise schrumpfte auch die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in der Bundesgeschäftsstelle wieder auf ihren alten Titel und eine geringere Personalstärke zusammen.⁵⁴ Die Meinungsforschung sowie die damit verknüpfte Politikberatung wurden in das WIKAS ausgelagert. Allerdings gab die Bundesgeschäftsstelle ihre Aufgabe als Aufbereiterin von Umfragebefunden und Wahlergebnissen nicht ganz auf, wie dort weiterhin erstellte Übersichten zeigten.⁵⁵

Das WIKAS nahm am 1. Oktober 1967 offiziell seine Arbeit auf. Trotz der Vorbereitungszeit geschah dies etwas provisorisch in den angemieteten Räumen eines Wohnhauses in Bonn mit acht Mitarbeitern, deren Anzahl sich bis Anfang 1969 auf 22 Mitarbeiter erhöhte.⁵⁶ Zwischenzeitlich erfolgte ein Umzug in einen provisorischen Anbau an die Akademie in Eichholz. Doch machte ein Großrechner ihnen auch bald diesen Platz streitig, so daß das WIKAS erst 1969 seinen endgültigen

⁵⁴ 1967 wurden die zuvor getrennten Arbeitsbereiche Pressesprecher, Presse sowie Öffentlichkeitsarbeit und Werbung unter der Leitung des Pressesprechers zusammengeführt. Darin fanden sich die zwei Referate Öffentlichkeitsarbeit (Leitung: Werner Brüssau) und Werbung unter insgesamt sechs Referaten wieder. Vgl. Organisationsplan der CDU-BGSt Bonn 1967 (Sonderordnung).

⁵⁵ Vgl. Ausarbeitungen 1968/69 in ACDP VII-004 BGSt, Abt. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet).

⁵⁶ Auskunft von Elschner im Interview am 04. 11. 02.

Standort in einer Burg in Alfter, bei Bonn gelegen, bezogen hatte.⁵⁷ Im Mitarbeiterstab befanden sich (ohne den Institutsleiter) zehn Akademiker (sechs Männer und vier Frauen) und elf weitere Mitarbeiter, die sich um Verwaltungs- und technische Fragen kümmerten. Es überwogen Politologen, aber es befanden sich auch einige Volkswirte unter der akademischen Belegschaft.⁵⁸ Bei den Akademikern handelte es sich durchgängig um Nachwuchswissenschaftler, denen auf diese Weise eine Möglichkeit zur weiteren Qualifizierung gegeben werden sollte. Dahinter stand die Idee einer Professionalisierung der Politikberatung wie auch einer politisch motivierten Personalpolitik im akademischen Bereich.

Organisiert nach dem amerikanischen Vorbild des Center of International Affairs (Harvard Universität) von Henry Kissinger – als think tank mit flachen Hierarchien, wechselnden Zuständigkeiten und einer Orientierung an Projektarbeit –, wurde das Institut nach bislang unüblichen Maßstäben mit Eigenverantwortlichkeit und Teamarbeit gestaltet.⁵⁹ Die (selbst) gesteckten Aufgaben erwiesen sich als vielfältig, doch lassen sie sich zusammenfassend als eine dem Prinzip der integrierten wissenschaftlichen Politikberatung verpflichtete Arbeit beschreiben. Dazu zählten das Herstellen und Sammeln, die wissenschaftliche Aufbereitung und die Bereitstellung von Informationen zur Beratung, entweder aufgrund eigener Initiative wie auch durch Nachfrage. Die Aufträge seitens der CDU befaßten sich sowohl mit »Leitschriften zur politischen Fortbildung« als auch mit »politischen Positionen der deutschen Kirchen«, »Regionalmonographien« und einer »semantischen Analyse der politischen Sprache«, waren aber auch allgemein gekennzeichnet als »Statistische Analyse des deutschen Wählerverhaltens« und »Wahlkampf-Planungshilfe«. Die Hälfte der Projekte 1969 ging direkt auf die CDU zurück, der Rest war von der Abteilung mitgenommen worden; nur ein Projekt wurde von der Adenauer-Stiftung angeregt.⁶⁰ Das Spektrum der Aufgaben war weit gefaßt: Es reichte von der »qualifizierten Sachbearbeitung« in den Rollen als »Experten-Agentur«, »Argumentationshelfer« und als »Beratungsinstitut« bis hin zu »wissenschaftlicher Öffentlichkeitsarbeit«. Die Umschreibungen beinhalteten die Vorstellung einer umfassend verwissenschaftlichten Politik, die in einem sehr konkreten Interaktionsmodell gleichberechtigt und auch öffentlich sichtbar geschehen sollte. Doch war sich das Institut der Problematik der Zusammenarbeit und der Umsetzung bewußt. Vor diesem Hintergrund wurde das Spannungsverhältnis zwischen Politik und Wissenschaft hervorgehoben, das ausgeglichen werden müsse: Ein bestimmter Freiraum und eine gewisse Eigenstän-

⁵⁷ Aussage zu den Umzügen von Elschner im Interview am 04. 11. 02.

⁵⁸ Einige wissenschaftliche Mitarbeiter konnten aufgrund fehlender Angaben nicht zugeordnet werden. Diese Angaben sowie die folgende Ausführung entstammen aus einer Selbstdarstellung: »Das WIKAS. Auftrag, Konzeption, Aufbau und Arbeitsweise. Vorlage für den Vorstand der Konrad-Adenauer-Stiftung durch den Leiter des WIKAS, Gerhard Elschner« (6. 3. 1969), ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet).

⁵⁹ Die Eigenständigkeit und -verantwortlichkeit sollte gestärkt sowie die kollegiale Zusammenarbeit gemäß einer »Kollegialgemeinschaft« gefördert werden. Vgl. Selbstdarstellung, ebd.

⁶⁰ Vgl. Übersicht »Projektliste« als Anhang an Vermerk Elschner an Heck (und Manfred Wörner und Kraske) am 19. 3. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

digkeit sei der Wissenschaft, also dem Institut, zu überlassen. Dies war in den Augen des WIKAS erforderlich, um Wissenschaftlichkeit abzusichern und auch die Möglichkeit zu erhalten, nicht nur Aufträge zu erfüllen, sondern auch darüber hinaus die Verwissenschaftlichung der Politik weiter zu betreiben, zum Beispiel über die Entwicklung politischer Steuerungsmodelle. Hinter den sparsamen Ausführungen dazu versteckte sich die Vision, mit kybernetischen Rechenungsmodellen eine neue Politik zu entwickeln und die (demoskopische) Forschung von reinen Wahlkampf Fragen loszulösen. Das Kernstück des Instituts bildete das Rechenzentrum, dessen Anschaffung und Einrichtung seit 1967 betrieben wurde und dessen volle Inbetriebnahme erst für 1972 in Aussicht genommen wurde. An der Funktionsfähigkeit des Rechenzentrums wurde die gesamte Organisation des Instituts ausgerichtet. In den Leistungskriterien für die Mitarbeiter stand, daß sie Kenntnisse in elektronischer Datenverarbeitung vorweisen oder erlernen mußten. Aus der eigenen Kompetenz der Datenverarbeitung, die es direkt mit der Politikberatung zu verbinden suchte, bezog das WIKAS sein Selbstverständnis als in der Bundesrepublik einzigartiges »sozialwissenschaftliches Dienstleistungsinstitut mit eigenem Rechenzentrum«, dessen Wissenschaftlichkeit durch eine Zusammenarbeit mit dem an die Kölner Universität angebundenen Zentralarchiv für empirische Sozialforschung unterstrichen wurde.⁶¹

Allein in den ersten anderthalb Jahren wies das Institut eine enorme Arbeitsleistung auf. 42 Projekte wurden bis zum Beginn des Wahlkampfes 1969 fertig gestellt. Darunter befanden sich sowohl Wahlanalysen, Abhandlungen zu generellen und inhaltlichen Fragestellungen wie auch Darstellungen zu Umfrageergebnissen: Die Untersuchungen erstreckten sich von »Quantifizierungsprobleme politischer Entscheidungen« zur »Futurologie« über »Politik für Ingenieure« oder »Probleme der Verwaltungsreform« bis hin zur »Contentanalyse der Programme und Parteitage der CDU«. ⁶² So erstellte der Mitarbeiter Paul Kevenhörster beispielsweise abstrakte »Hypothesen zu den politischen Verhaltensweisen in der Bundesrepublik« aus der entsprechenden Sekundärliteratur zum sich verändernden Wahlverhalten der deutschen Bevölkerung.⁶³ Die Projektberichte (gedruckt oder vervielfältigt) wurden entsprechend des Auftraggebers oder der Bedeutung an verschiedene Verteilerkreise gesandt, die vom engsten Führungskreis der CDU, dem Regierungsapparat bis zu den unteren Hierarchieebenen der CDU und politisch nahe stehenden Wissenschaftlern und Werbeagenturen reichten.⁶⁴ Neben der wissenschaftlichen Projektarbeit trugen die Mit-

⁶¹ Vgl. Vermerk von Elschner an Paul Kevenhörster (ohne Datum) über eine Besprechung mit Mitarbeitern des ZA über eine Aufbereitung von IfM- und WEMA-Daten für eine computergestützte Sekundäranalyse, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

⁶² Für die vollständige Übersicht vgl. Selbstdarstellung, ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet), S. 3f.

⁶³ Es handelte sich um das Projekt 13: »Aufstellung eines grundlegenden Hypothesenkatalogs«. Vgl. Angaben in Selbstdarstellung, ebd., S. 18 ff.

⁶⁴ Vgl. als Beispiel für die bis zum Frühjahr 1969 veröffentlichten Abhandlungen, die sich in der Regel als Materialsammlung darstellten: B. GEBAUER (Hrsg.), Auseinandersetzung mit der NPD,

arbeiter zu einer stärker wissenschaftlich geprägten Fortbildung bei, indem sie in den verschiedensten Gliederungen und der CDU nahe stehenden Organisationen zu Fragen des Wahlverhaltens, des Nutzens empirischer Sozialforschung in der Politik oder auch zu Themen wie der NPD referierten.⁶⁵ Zudem wurde die Zusammenarbeit mit der Politischen Akademie beibehalten. Die Akademie veranstaltete mit den WIKAS-Mitarbeitern Tagungen, zu denen im Vorfeld von diesen Mitarbeitern und anderen erstellte Materialsammlungen in tausendfacher Auflage veröffentlicht wurden.⁶⁶ Die Konferenzen stellten neben den Fortbildungen den wissenschaftlichen Kern der Zusammenarbeit zwischen der Akademie und dem Institut dar.⁶⁷ Dabei wurde hin und wieder auch demoskopische Hilfestellung seitens des Instituts geleistet.⁶⁸

In diesem Arbeitsspektrum des WIKAS stellte sich die Demoskopie als eine Form der Politikberatung unter mehreren dar, wobei die Trennung zwischen Demoskopie und sonstiger Politikberatung oftmals eine rein analytische Unterscheidung ausmachte und in der täglichen Praxis ineinander überging. Die umfragebezogenen Texte boten hauptsächlich deutungsorientierte, das heißt zahlenarme, allgemeine Darstellungen der Trendentwicklungen. Um die Entwicklungen in der öffentlichen Meinung explizit darzustellen, wurde in der Regel das ab September 1968 monatlich erscheinende Rundschreiben *WIKAS-Aktuell* genutzt, das an die obere Hierarchieebene der Partei beziehungsweise einer Auswahl daraus ging; breiter gestreut wurde das unregelmäßig erscheinende *WIKAS-Inform*.⁶⁹

Organisatorisch wie finanziell war das Institut an die Konrad-Adenauer-Stiftung gebunden. Der Haushalt des Instituts wurde entsprechend in den Sitzungen des Vorstands wie alle anderen Teile der Stiftung auch behandelt.⁷⁰ Die Parteizentrale nahm, abgesehen von der finanziellen Regelung, für die demoskopischen Dienste das Institut ähnlich wie zuvor in Anspruch. Die Bedeutung seiner Beratung wuchs jedoch in dem Maße, wie die Ressourcen im Bundeskanzleramt schrumpften, da die SPD ab 1966 mit Macht in den Regierungsapparat hineindrängte. So besaß das

1969; A. BAUMHAUER u. a., Futurologie, Prognostik, Planung, 1968; noch mit der Arbeit in der BGSt überschnitt sich H. BACHEM/G. ELSCHNER/B. GEBAUER, Politischer Extremismus, 1967.

⁶⁵ Vgl. u. a. Angaben in einem Vermerk von Kevenhörster an Elschner am 17. 4. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

⁶⁶ Vgl. POLITISCHE AKADEMIE EICHHOLZ (Hrsg.), Problem politischer Arbeit, 1967; A. BAUMHAUER, Die Sozialzyklika Populorum Progressio, 1967; ACDP BGSt Kraske: PAE/KAS, Ordner 5 (unverzeichnet).

⁶⁷ Vgl. Unterlagen zur Organisation und Durchführung ACDP BGSt Kraske: PAE/KAS, Ordner 6 (unverzeichnet).

⁶⁸ So arbeiteten PAE und das WIKAS in Bezug auf die erneute Debatte zum Wahlrecht in der Großen Koalition zusammen. Vgl. Unterlagen dazu in ACDP BGSt Kraske: PAE/KAS, Ordner 5 (unverzeichnet).

⁶⁹ In diesem Verteiler waren grundsätzlich eingeplant: Vorsitzender, Generalsekretär, Präsidium, BuVo, Generalsekretär, BGF, BGSt, Sachkommissionen der Bundespartei sowie Vorstand und Institute der Konrad-Adenauer-Stiftung. Vgl. die Übersicht in: Selbstdarstellung, S. 18 ff., ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet).

⁷⁰ Vgl. für die Verhandlungen über den Haushalt der KAS, ACDP BGSt Kraske: PAE/KAS, Ordner 8 (unverzeichnet).

WIKAS eine Entlastungs- und Ausweichfunktion für die informationellen und planerischen Dienste für die CDU während der Großen Koalition. Aber nicht nur die Bundespartei griff auf das Institut zurück. Auch die Landesverbände traten zunehmend mit Anfragen an das WIKAS heran, so daß Elschner in diesem Zusammenhang eine »etwas erschreckende Zunahme an Anforderungen« konstatierte, die unweigerlich zu einem Zusammenbruch des Instituts-Etats führen würde, wenn nichts geschähe.⁷¹ Das Interesse, das dem WIKAS und seiner demoskopischen Forschung auch aus den Führungsgremien der Partei entgegengebracht wurde, bezeugte, wie sehr die Demoskopie bereits zu einem selbstverständlichen Beschreibungsgut geworden war, mit dem jeder argumentierte und worauf jeder Anspruch erhob. Die vielen Ideen und Anfragen aus dem Bundesvorstand oder dem Präsidium der Partei zeigen darüber hinaus, wie sehr auch in den Diskussionen die Demoskopie bereits ein selbstverständliches Begründungselement geworden war und wie sehr man sich darauf verließ, daß aufgeworfene Fragen über Umfragen durch das Institut (oder auch das Presseamt) geklärt wurden. Generell wurde ab 1967/68 häufig auf Grundlage von umfragebasierten Studien über politische Fragen diskutiert, v.a. aber in dem Wahlkampfremium.⁷² Durch die steigenden Anfragen wuchs der Druck, die Parteigliederungen für die Dienstleistung bezahlen zu lassen. Das WIKAS erledigte zunehmend Auftragsarbeit aus der Partei und war aufgrund seines fehlenden Interviewerstabes gezwungen, Kooperationen mit anderen Meinungsforschungsinstituten einzugehen, so daß es seinerseits Zahlungen an Dritte leisten mußte.

Je stärker sich die Landesverbände für die Arbeit des Instituts interessierten, desto deutlicher wurde, daß keinerlei Vorsorge für den Fall der Überbelastung geschaffen worden war, die die Trägerschaft durch die Stiftung und damit auch die Tätigkeit des WIKAS für die Bundespartei gefährden könnte. Die fehlende oder nur unzureichende Regelung der Zuarbeit des Instituts für die CDU, insbesondere in finanzieller Hinsicht, wurde von Elschner thematisiert. Im August 1968 unterbreitete er eigene Vorschläge für eine Regelung und drang verschiedentlich auf eine schriftliche Fixierung.⁷³ Es kam jedoch zu keinem Vertragsabschluß, da Elschner keine Berechtigung dazu besitze, wie ihm der geschäftsführende Vorsitzende der Stiftung, Manfred Wörner, mitteilte.⁷⁴ Heck schloß sich als Vorsitzender der Stiftung und als Generalsekretär der CDU in Personalunion dieser Ansicht an, wenn auch aus einem anders gelagerten Interesse heraus: Er hielt die Arbeit des Instituts für die CDU für so wichtig, daß er dies nur über eigens vom ihm erteilte Sondergenehmigungen zulassen wollte.⁷⁵ So achtete er darauf, über jeden Schritt des Instituts auf dem

⁷¹ Vgl. Vermerk von Elschner für Kraske am 15. 8. 1968, ACDP I-022-087/3.

⁷² Vgl. Protokolle des Präsidiums, ACDP VII-001-332/1; Protokolle der Sitzungen des vorbereiteten Gremiums 1968/69, ACDP VII-003-016/1.

⁷³ Vgl. Korrespondenz Elschner/Kraske, August-Oktober 1968, ACDP I-022-087/3.

⁷⁴ Wörner begründete es damit, daß es keine Beschlüsse des Stiftungsvorstandes zur Informationsregelung des Instituts in die Partei hinein gäbe. Vgl. Korrespondenz Wörner/Elschner, August-Oktober 1968, ebd.

⁷⁵ Vgl. Brief Heck an Elschner am 29. 6. 1968, ebd.

Laufenden gehalten zu werden und griff entsprechend seinen Vorstellungen in die Tätigkeiten ein.⁷⁶ Das WIKAS war somit in jeder Hinsicht, auch in Bezug auf die Untergliederungen der CDU, gezwungen, sich mit dem Vorsitzenden der Stiftung beziehungsweise mit Heck als dem Wahlkampfleiter 1969 abzustimmen. Die Verhandlungen mit der Bundesgeschäftsstelle konnten erst im Februar 1969 mit einem Vertrag zwischen der Stiftung und der Partei zu einem erfolgreichen Ende geführt werden.⁷⁷ In dem Generalvertrag verpflichtete sich das Institut beziehungsweise die Stiftung, die CDU vollständig und kontinuierlich von allen Informationen und Daten »über das politische Verhalten der Bürger, über das politische System, die politischen Parteien und andere gesellschaftlichen Organisationen und Gruppen in Form von Analysen, Gutachten und Empfehlungen« zu unterrichten. Es band sich mit einer Zahlung von monatlich 3 000 Mark mit einer Gegenleistung von mindestens zwei Berichten symbolisch wie ein kommerzielles Hausinstitut an die CDU-Bundeszentrale.⁷⁸ Das Aufgabenspektrum des WIKAS war dementsprechend breit. Das Institut übernahm klassische Wahlkampfarbeit der Partei und erfüllte auch kurzfristige Anfragen auf Zuruf, wie zum Beispiel Hecks Anfrage, ob die CDU ein gesellschaftspolitisches Konzept brauche und wenn ja, wie dies beschaffen sein solle und am besten zu »verkaufen« sei.⁷⁹

Für die Ausrichtung und Konzeption der Arbeit im WIKAS hielt Elschner Mitte 1967 Ausschau nach anderen Meinungsforschungsinstituten als den bislang üblichen Vertragspartnern, zumal sich die CDU von ihrem langjährigen Vertragspartner Emnid gelöst hatte. Anlaß zur Konkretisierung war ein Gespräch mit Heck Anfang August gewesen, bei dem es um die inhaltliche Ausrichtung der zukünftigen Meinungsforschung ging. So wurde grundsätzlich eine eigene Trendumfrage geplant, die ab Oktober 1967 durchgängig monatliche Erhebungen zur Parteienresonanz liefern und auch der Prognostik während des Wahlkampfes dienen sollte. Als eigenständige Studien, die bereits als Vorbereitung zur Bundestagswahl 1969 galten, wurde schließlich eine Reihe an Untersuchungen ins Auge gefaßt, die das gesamte

⁷⁶ So verlangte er detaillierte Tätigkeitslisten des WIKAS, vgl. Korrespondenz dazu Elschner/Heck Anfang März 1969 ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet). Vgl. für die Eingriffe in die Tätigkeit seine »Wunschliste« vom 16. 12. 1968, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

⁷⁷ Für die Verhandlungen um Leistungen und Finanzierung vgl. die Vermerke und Korrespondenz von Elschner 1968/69 in ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet). Für die Zeit vorher konnten jedoch ausnahmebestimmte Einzelverträge mit den nachfragenden Organisationen wie der CDU in NRW, der CSU sowie der CDU in Rheinland-Pfalz abgeschlossen werden. Vgl. Vermerke von Elschner für Kraske am 15. 08. und 8. 10. 1968, ACDP I-022-087/3.

⁷⁸ Vgl. Vertrag zwischen KAS und CDU über die Zusammenarbeit betreffend WIKAS und CDU vom 10. 2. 1969, ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet).

⁷⁹ Die meisten Anfragen kamen von Heck oder waren zumindest über ihn vermittelt, wie auch die Anfrage, einen Überblick über den marxistischen Nachwuchs der SPD zu beschaffen. Vgl. Vermerk von Kraske an Elschner am 21. 8. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet); Brief Heck an Elschner am 16. 12. 1968, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

Spektrum der Umfragen von generellen Umfragen zur politischen Lage über Werbemitteltests bis hin zu motivpsychologischen Untersuchungen beinhaltete.⁸⁰

Aus der Sicht Elschners kamen für die Durchführung der Umfragen im Grunde nur zwei Institute in Frage, mit denen er verhandeln wollte. Alle anderen Institute wurden abgelehnt, entweder aus politischen (Infas, Infratest und Intermarket), aus methodisch-qualitativen (Emnid, Wickert, IfD) oder aus finanziellen Gründen (DIVO).⁸¹ Statt dessen wurden zwei recht unbekannte Institute unter Vertrag genommen. Es handelte sich zum einen um das in Köln angesiedelte WEMA, Institut für empirische Sozialforschung (späterer Titel-Zusatz: Informatik und angewandte Kybernetik), dessen Leiter, Dr. Horst Schmelzer, Elschner spätestens durch eine Tagung an der Politischen Akademie Eichholz bekannt war.⁸² Das zweite Institut, das IfM, war bereits zuvor für die CDU tätig gewesen.⁸³ Der Leiter des Instituts, Hans-Jürgen Ohde, den Elschner bereits seit dessen Teilnahme am zweiten theoretischen Kolloquium 1963 kannte, verband das IfM mit dem zweiten Institut unter seiner Ägide, die Gesellschaft für angewandte Sozialpsychologie (Getas, Bremen und Hamburg), für das Engagement in der politischen Demoskopie. Genauer gesagt verband er die eigentlich in der Marktforschung tätigen Institute zunächst in der Trendumfrage, die seit Oktober 1967 vom WIKAS finanziert wurde. Elschner bevorzugte das Bremer Institut auch deshalb, weil es in der eigenen Auswertung der monatlichen Pressedienste der verschiedenen Institute die exaktesten Ergebnisse zu erstellen vermochte.⁸⁴ Damit wagte das WIKAS einen demoskopischen Neuanfang, da es zuvor auf die bereits in dem Bereich operierenden Institute zurückgegriffen hatte, um monatliche Parteipräferenzen zu erhalten.⁸⁵

Die demoskopische Arbeit des Instituts begann 1967 mit dem zentralen Projekt »Die politische Lage nach einem Jahr Große Koalition« unter der Leitung des Institutsmitarbeiters Paul Kevenhörster. Das Projekt brachte die ersten Untersuchungen zur Situation der CDU nach der neuen Regierungsbildung 1966 hervor. Dazu sollten entsprechend der von Elschner festgelegten Schwerpunkte zwei empirische Studien parallel in Auftrag gegeben werden. In einer gemeinsamen Besprechung des WIKAS

⁸⁰ Vgl. Aufstellung im Vermerk Elschner für Heck am 11.9.1967, ACDP VII-003-016/1. Vgl. zustimmenden Vermerk Kraske für Heck am 13.9.1967, ACDP VII-003-016/1; für die ersten (ausgreifenderen) Ideen zu den Studien vgl. Vermerk Elschner an Heck und z.K. an Kraske am 14.8.1968 (Gespräch am 7.8.1968), ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet).

⁸¹ Vgl. Vermerk Elschner an Heck über Kraske am 29.5.1968 zur »Hauptuntersuchung im Hinblick auf 1969 zur Vorbereitung der Bundestagswahlen«, ACDP VII-003-016/1.

⁸² Vgl. Unterlagen zur Tagung »Probleme politischer Arbeit in der modernen Gesellschaft«: ACDP BGSt Kraske: PAE/KAS, Ordner 5 (unverzeichnet); vgl. für seine Promotion am Lehrstuhl René Königs mit dem Thema »Kommunikationsmedien und gesellschaftliche Wertvorstellungen«: H. SCHMELZER, Naturwissenschaft und Technik, 1968.

⁸³ Hans-Jürgen Ohde war ausgebildeter Psychologe. Politische Demoskopie blieb für ihn nur ein temporäres Arbeitsfeld. Ohde war 1974 bis 1977 Vorsitzender des ADM.

⁸⁴ Vgl. Berechnungen in ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

⁸⁵ Vgl. weiter oben die Planung zu eigenen monatlichen Präferenzfeststellungen und die Bestätigung der Tätigkeit (ohne Angabe des Auftraggebers) in einem Brief von Ohde an Gerhard Löwenthal am 15.9.1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

mit den beiden Instituten von Schmelzer und Ohde legte Kevenhörster ihnen die in dem Fragebogen abzuarbeitende Fragestellung zum politischen Klima, den Dispositionen der Wähler und der Rolle der Großen Koalition für die Wahlentscheidung vor.⁸⁶ Gemäß der allgemeinen Vorgaben legten die zwei Institute Ende Oktober ihre Angebote vor. Da sich das WEMA auf die Untersuchung »wertsoziologischer« (semantischer) Fragen spezialisiert hatte, interpretierte das Institut, daß es »zentrale Aufgabe der Analyse [sei], Struktur und Wandlungsprozesse der das politische Verhalten bestimmenden politischen Wertziele potentieller Wähler unter dem Einfluß der großen Koalition zu untersuchen.«⁸⁷ Das WEMA (80 000 DM) visierte mit der Studie deutlich höhere Kosten als IfM/Getas (62 000 DM) an, so daß ihm eine entsprechend reduzierte Fragestellung unter dem Titel »Wertsoziologische Analyse über politische Wertziele und Wahlverhalten« mit entsprechend gekürztem Budget übertragen wurde. In dieser »wertsoziologischen und semantischen Studie« sollten Vorstellungen in Bezug auf prioritäre Fragen der Politik und ihrer Bewertung entwickelt werden.⁸⁸ Damit handelte es sich jedoch nicht mehr um parallele Untersuchungen. Ende November wurden die Pretests durchgeführt, nachdem in beiden Fällen eine enge Abstimmung mit Kevenhörster und Elschner in Bezug auf die jeweiligen Fragebogen erfolgt war, so daß Anfang Dezember die Fragebogendesigns bestimmt wurden.⁸⁹ Kevenhörster konnte dann im Juni den Endbericht »Zu den Wählererwartungen nach einem Jahr Großer Koalition« über die zwei Untersuchungen vorlegen.⁹⁰ Das Manuskript, das in 50 Exemplaren verteilt wurde⁹¹, enthielt in der zugespitzten Auswertung implizite Empfehlungen sowie wenige explizit gefaßte Ratschläge. Mit dieser Vorgehensweise hatte sich im Vergleich zur Abteilung Öffentlichkeitsarbeit nicht viel geändert.

Das war erst der Auftakt zur Wahlkampf Vorbereitung. Das Projekt wurde anschließend mit einer weiteren Untersuchung im September und Oktober 1968 fortgeführt. Erst diese Studie bildete die Hauptuntersuchung für den Bundestagswahl-

⁸⁶ Vgl. Notiz von Paul Kevenhörster, Themenkatalog, 18.10.1967, ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet).

⁸⁷ Angebot von WEMA/Schmelzer an WIKAS/Kevenhörster am 25.10.1967, ebd.

⁸⁸ Vgl. die Korrespondenz zwischen Schmelzer und Elschner/Kevenhörster 1967/68, insbesondere Angebot von WEMA/Schmelzer an WIKAS/Kevenhörster am 25.10.1967 (Zitate) und Brief Elschner an Schmelzer am 6.11.1967, ebd.; Angebot IfM/Getas an WIKAS am 26.10.1967, ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet).

⁸⁹ Vgl. Korrespondenz und Vorlagen zu den Fragebogen Ende 1967, ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet).

⁹⁰ Vgl. Brief IfM an Elschner mit Handauszählung am 19.1.1968, ebd.; vgl. die erste Kurzfassung »Die Gestaltungschancen der Parteien. Eine Auswertung zweier empirischer Untersuchungen von Paul Kevenhörster«, ohne Datum (circa Ende April/Anfang Mai 1968) und »Anmerkungen zur politischen Einstellung der Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland nach über einem Jahr der Großen Koalition« (stammt wahrscheinlich von Kevenhörster), ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet); Kevenhörster, »7 Thesen zur großen Koalition«, 9.5.1968, ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet).

⁹¹ Vgl. für Verteiler die Selbstdarstellung, ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet), S. 18.

kampf 1969. Der Auftrag ging für rund 130 000 DM an IfM/Getas, das darüber hinaus für die Erstellung einer Wahlkampfkonzeption zuständig war, die Elschner in verschiedenen Gremien Ende 1968 vorstellte.⁹² Zu der Hauptstudie verfaßten Kevenhörster und Manfred E. Ritterbach im Dezember 1968 den Schlußbericht⁹³, der in einer Auflage von nur zehn Exemplaren an eine Auswahl von Spitzenpolitikern, den Vorstand der Stiftung und einigen anderen Personen weitergegeben wurde, weil diese Studie den Grundstein für den Wahlkampf liefern und daher geheim gehalten werden sollte.⁹⁴ Die demoskopischen Untersuchungen wurden außerdem ergänzt durch andere Tätigkeiten, die eigentlich einer parteiinternen Arbeit zuzuordnen wären. Getas war dabei nur indirekt beteiligt: die Aufarbeitung von Wahlergebnissen und soziographischen Angaben für die Wahlkreise sowie die sogenannte Gegnerbeobachtung inklusive der Analyse der Parteitage der SPD. Diese Tätigkeiten entsprachen eher der klassischen Aufgabenstellung einer Abteilung Öffentlichkeitsarbeit statt eines wissenschaftlichen Studienzentrums mit Politikberatungscharakter und unterstützten so den Eindruck einer immer stärker durch das WIKAS verschwimmenden Grenze zwischen wissenschaftlich verstandener Demoskopie und einer eng politisch orientierten Politikberatung.⁹⁵

Währenddessen führte das WEMA-Institut die ergänzenden Studien durch. Neben einer Image-Studie zu verschiedenen politischen Persönlichkeiten (April 1968) wurde ihm eine semantische Analyse des politischen Sprachgebrauchs (Dezember 1968) zugesprochen.⁹⁶ Bei dem Titel der letztgenannten Untersuchung wurden die Werte zu den politischen Akteuren und dem Bild der CDU abgefragt.⁹⁷ Die Ergebnisse bereitete Ritterbach in dem dazugehörigen Projektbericht »Zum Image von Parteien und Politikern in der Bundesrepublik«⁹⁸ auf, der als »Sonderblatt« des par-

⁹² Vgl. Manuskript des Referats von Elschner »Zur Vorbereitung der Bundestagswahl 1969 (für Referat Wahlkampfzentrum)«, gehalten auf der Klausurtagung des Wahlkampfzentrums am 14./15. 12. 1968 als Ergebnispräsentation der großen Wahlkampf-Studie, ACDP VII-003-016/1. Außerdem wurde es vor dem Landesvorstand der CSU am 9. 1. 1968 und der Sitzung der Landes- und Kreisgeschäftsführer am 23. 1. 1968 gehalten: Vgl. Vermerk für BK am 19. 2. 1969, ACDP VII-003-013/2.

⁹³ Vgl. für Auftragsvergabe und Betrag Vermerk Elschner an Heck am 29. 5. 1968, ACDP VII-003-016/1; Bericht »Zusammenfassende Darstellung der Untersuchung »Das politische Meinungsbild in der Bundesrepublik im Herbst 1968«. Bericht zu einer Repräsentativhebung politischer Einstellungen«, ACDP VII-003-013/2. Für die Verteilung vgl. Angaben in Selbstdarstellung, ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet), S. 20.

⁹⁴ Es läßt sich mangels expliziter Auflistung nicht sagen, wer genau mit der Angabe »aus A, B, G, H« gemeint war. Vgl. Angaben in Selbstdarstellung, ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet), S. 20.

⁹⁵ Vgl. für die Aufgaben den Vermerk Elschner für Heck am 13. 1. 1969, ACDP VII-003-016/1.

⁹⁶ Vgl. Auflistung in Vermerk Elschner für Heck am 13. 1. 1969 über »Wahlkampfvorarbeiten seitens des WIKAS«, ebd.

⁹⁷ Vgl. auch die Veröffentlichung Schmelzers dazu, die sich in ihren Ergebnissen auf die Untersuchungen, v. a. auf die zweite Studie, zu der jedoch keinerlei Unterlagen vorlagen, für das WIKAS zurückführen läßt: H. SCHMELZER, Politisches Bewußtsein, 1969.

⁹⁸ Studie und Bericht gehören zu dem Projekt 28: Vorstellungsbilder in der deutschen Politik. Vgl. Selbstdarstellung, ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet), S. 18 ff.

teiligen Informationsdienstes *Intern-Informationen* herausgegeben wurde. Er erfuhr somit in einer kurzen populärwissenschaftlichen Darstellung eine große innerparteiliche Verbreitung, die auch für andere Umfragedaten galt, die regelmäßig über die Ausgaben dieses Informationsdienstes verteilt wurden.⁹⁹

Jedoch ergaben sich schon zu der ersten Studie des WEMA Ungereimtheiten für Mitarbeiter des WIKAS, die die Stichhaltigkeit der Untersuchung infrage stellten.¹⁰⁰ Elschner bat Kraske nach der Durchführung der Studien daher darum, auf die »schmerzvollen Erfahrungen« mit dem Institut aufmerksam zu machen: »Auf nicht ganz korrektem Wege hat sich Herr Dr. Schmelzer Empfehlungen verschafft, die ohne Kenntnis der Zusammenhänge von Dr. Kohl an Herrn von Hassel weitergereicht wurden.«¹⁰¹ Seine Gedanken gingen bereits dahin, ein neues »zweites« Institut anzusprechen, und er brachte Emnid als methodisch »geläutertes« und neu organisiertes Institut wieder ins Spiel, während er gegenüber DIVO und Infratest Bedenken hatte.¹⁰² Doch anscheinend konnten die Bedenken aus dem Weg geräumt werden, denn WEMA erhielt trotz Elschners mehrfachen Einspruchs weiterhin Aufträge, zum Beispiel zur Nachwahluntersuchung.¹⁰³ Die Zusammenarbeit wurde erst beendet, als die doppelte Verwendung von Umfragezahlen mitsamt den dazugehörigen Texten für unterschiedliche Aufträge aus dem WIKAS und den Landesverbänden Nordrhein-Westfalen und Saarland festgestellt wurde.¹⁰⁴ Die folgenden Untersuchungen verblieben damit alleinig bei IfM/Getas, das ebenfalls eine Nachwahluntersuchung vornahm. In Ausnahmefällen arbeitete das Institut mit dem ohnehin zu den Wahlauswertungen geladenen Wahlforscher Wildenmann zusammen.¹⁰⁵ Wildenmann und Ohde erstellten z.B. gemeinsam einen Fragebogen für

⁹⁹ Vgl. Vorlage des Sonderblatts Oktober 1968 im Wahlkampfgremium, ACDP VII-003-016/1; dort finden sich auch weitere Beispiele für die Verbreitung der vom WIKAS aufbereiteten oder von ihr in Auftrag gegebenen Umfragen. Vgl. für den Informationsdienst Heck an Mitglieder des BuVo am 16. 9. 1968, ACDP VII-001-104/2.

¹⁰⁰ Vgl. Vermerk Kevenhörster an Elschner über »Mögliche Einwände gegen den IfM-Bericht »Die politische Lage nach einem Jahr Große Koalition« vom 10. 5. 1968, ACDP VII-004 BGSt, Abt. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet); Vermerk Ludolf Herrmann (Mitarbeiter von Heck) an Heck am 9. 8. 1968, ACDP VII-003-016/1.

¹⁰¹ Vermerk Elschner an Kraske am 10. 8. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

¹⁰² Vgl. Vermerk Ludolf Herrmann (Mitarbeiter Heck) an Heck am 9. 8. 1968, ACDP VII-003-016/1.

¹⁰³ Für die Nachwahluntersuchung vgl. Vermerk Elschner an Heck am 6. 11. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet); Vermerk Elschner an Heck und z. K. an Wörner und Kraske über WEMA-Untersuchung am 20. 11. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet). Die näheren Umstände lassen sich nicht rekonstruieren. Schmelzer verlangte jedenfalls statt der vereinbarten 150 000 DM, die 1970 gezahlt werden sollten, nun 180 000 DM und davon auch noch 120 000 DM sofort (1969), obwohl er von den dann auftretenden Zahlungsschwierigkeiten des WIKAS wußte.

¹⁰⁴ Vgl. Vermerk Elschner vom 18. 3. 1970 und Vermerk Kraske für Elschner am 10. 3. 1970 ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

¹⁰⁵ Für die Nachwahluntersuchung vgl. Vermerk von Kraske an Heck am 18. 9. 1969, ebd., und Elschner an Heck am 6. 11. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

eine Berliner Untersuchung.¹⁰⁶ Diese Zusammenarbeit war über die Bundesgeschäftsstelle hergestellt worden und blieb auch kein Einzelfall. Das WIKAS wurde dabei über jeden Schritt einer direkten Zusammenarbeit zwischen Bundesgeschäftsstelle mit seinem Hausinstitut in Kenntnis gesetzt.¹⁰⁷

Neben diesen Aufträgen versuchte sich das WIKAS an eigenen Untersuchungen: Es entdeckte ab 1968 das Feld der Medien und der Kommunikation als lohnende Untersuchungsobjekte mit dem Thema »Politik in Rundfunk und Fernsehen«. Darin ging es um die Struktur und Arbeitsweise der Anstalten und der Einstellungen der Journalisten mitsamt einer Auslotung der Ansprachemöglichkeiten und ersten quantitativen Inhaltsanalysen (»Contentanalysen«), die von Kevenhörster in genereller Form thematisiert und dann in einem weiteren Projekt zu Programmen und Parteitagen der CDU methodisch ausprobiert wurden.¹⁰⁸ Die verstärkte Einbeziehung der medialen Perspektive mit Hilfe von Meinungsforschung sicherte dieser eine gestärkte Position: Die Umfragen dienten nicht nur als Instrument zur Feststellung öffentlicher Meinungen, sondern auch als Beobachterin der Beobachtungsform Massenmedien und der ausschließlich dort zu beobachtenden Selbstdarstellung und Positionierung der CDU. Die Kommunikationsleistung nach außen bildete vor allem mit Blick auf die Große Koalition eine Sorge der CDU, da im Vorfeld des Wahlkampfes befürchtet wurde, daß es aufgrund der Konkurrenz zur Regierungspartei SPD schwerer werden würde, mit eigenen Darstellungswünschen in den Medien durchzudringen.¹⁰⁹ Hier machten sich alte Vorurteile gegenüber feindlich gesonnenen Medien und Journalisten bemerkbar. Entsprechend wurde das Problemfeld Kommunikation und Medien im Wahlkampfremium häufig thematisiert und auch recht späte, auf die Produktion von Fernsehspots vorbereitende Untersuchungen wie »Kiesinger auf dem Bildschirm« zu Rate gezogen.¹¹⁰ Der Wahlkampf 1969 erfuhr gegenüber dem Wahlkampf zuvor eine erneute Steigerung der Beobach-

¹⁰⁶ Vgl. Vermerk Kraske an Elschner am 24. 2. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

¹⁰⁷ Vgl. Vermerk Kraske an Elschner über besondere Auswertungsbitte an Ohde bezüglich der Wahlanalyse am 3. 11. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

¹⁰⁸ Es handelt sich um die Projekte 23, bearbeitet von Evelyn Büller-Söhnke, und 24, das zweite Projekt in einer Bearbeitung durch Ritterbach und Peter Radunski. Vgl. Angaben in der Selbstdarstellung, ACDP BGSt Kraske: KAS, Ordner 12 (unverzeichnet) und Projektliste, Stand vom 1. 2. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet); vgl. auch Notiz Ritterbach zum Projekt 40, das von einem der nahestehenden Professoren als Dissertationsprojekt eines Mitarbeiters dort untergebracht worden war, ohne Datum, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet). Für den Ansatz des Projektes 23 vgl. »Verfahrensweise Projekt 23«, ohne Datum, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

¹⁰⁹ Vgl. Äußerungen zu diesen Befürchtungen in dem Manuskript, »Zur Vorbereitung der Bundestagswahl 1969« (Für Referat Wahlkampfremium), Dezember 1968, ACDP VII-003-016/1. Es konnte nicht geklärt werden, wer von beiden dieses Referat hielt, da sowohl Heck wie auch Elschner dieselben von Elschner entworfenen Versatzstücke benutzten. Zur Verstärkung der Aufmerksamkeit gegenüber den Medien schickte Kraske eine DIVO-Studie zu ihrer Rolle im Bundestagswahlkampf 1965 an Heck am 4. 8. 1969, ACDP VII-002-K026/2.

¹¹⁰ Vgl. Vermerk von Ludolf Herrmann (Mitarbeiter von Heck) an Heck am 5. 8. 1969, ACDP VII-003-016/1.

tung durch die Medien. Darauf reagierte die CDU mit einer ebenso gesteigerten Beobachtung der Berichterstattung in den Medien, die sich auf deren Rolle im Prozeß der Meinungsbildung ausweitete. So erschloß sich der CDU im Wahlkampf 1969 eine neue Dimension im Umgang sowohl mit Meinungsforschung als auch mit Medien. Während die Untersuchungen zur Popularität des Kanzlers seine uneinholbare Führung und seine Wirksamkeit zur Ansprache zusätzlicher Wählergruppen belegten, zeigten die Untersuchungen zu seiner Wirkung im Fernsehen, daß Kiesinger weibliche Charakterbeschreibungen zugeordnet wurden.¹¹¹ Dies warf die Frage der ›richtigen‹ Darstellung auf, da sich wohl die Popularität mit der Feststellung weiblicher Charakterzüge in den Augen der politischen Akteure widersprach.

Die neue Dimension der Nutzung demoskopischer Daten basierte auf der vervielfältigten Beobachtung durch die Befragung, die sich in der Beobachtung der Wahrnehmung der öffentlichen Meinung der Befragten durch die mediale Brille doppelte: Die Frage danach, was die befragte Person glaube, wer die Wahl gewönne, wurde nun erweitert in Form der Frage, was sie denn glaube, wie die öffentliche Meinung aussehe und andere Personen beeinflusse. So entwickelte sich der Umgang mit der Meinungsforschung innerhalb der CDU in den sechziger Jahren über die Routine, wie man an der mannigfachen Verwendung demoskopischer Information im innerparteilichen Kommunikationsfluß und dessen Überprüfung durch wiederum demoskopische Methoden erkennen kann, hinaus zu einer neuen, medial gebrochenen Art der Selbstbespiegelung, die sich in einem bewußteren und teilweise offeneren Umgang mit demoskopischen Informationen zeigte. Die gegenseitige demoskopische Beobachtung von Medien und Politik führte somit zu neuen Anschlußkommunikationen, die ebenfalls demoskopisch bestimmt waren und ein neues Verhältnis von Politik und Öffentlichkeit kennzeichneten. Es wurden weiterhin Daten aus der Umfrageforschung in Pressemitteilungen preisgegeben, im Aktionsprogramm der CDU 1968 aber auch die Forderung nach einer geregelten Veröffentlichungspraxis der Umfragen erhoben. Nicht nur die Prozentzahlen, sondern auch Grundangaben zur Umfrage, der exakten Fragestellung und des Auftraggebers seien in den Medien anzugeben.¹¹²

Das WIKAS bestand mit seinen Untersuchungen und der Beratung zwar die ›Feuerprobe‹ der Bundestagswahl, jedoch gerieten die Demoskopie und damit das Institut dank einer nicht zutreffenden Prognose 1969 in die Kritik, deren allgemeinen Anwürfen einer methodisch unzuverlässigen und sogar gezielt manipulierenden Vorgehensweise Elschners sich parteiöffentlich entgegenstellte.¹¹³ Schließlich ergab sich eine grundlegende Wendung für das Institut wenige Monate später durch die

¹¹¹ Vgl. Vermerk Kevenhörster an Heck über Elschner am 19. 3. 1969 ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet). Für Fernseh-Untersuchung vgl. Vermerk Herrmann an Heck, 5. 8. 1969, ACDP VII-003-016/1.

¹¹² Vgl. CDU, Aktionsprogramm 1968, Punkt XII, Öffentliche Meinung; vgl. für Kodex-Diskussion Kap. 5.4, S. 499.

¹¹³ Vgl. G. Elschner »Hat die Demoskopie tatsächlich versagt?«, Deutsches Monatsblatt 10/1969.

Kündigung Elschners. Dieser Schritt resultierte jedoch nicht allein aus der allgemeinen Kritik an der Demoskopie, die als spezifische Kritik am WIKAS überhaupt nicht nachzuweisen war. Zum einen bezog sich die Kündigung auf das persönliche Verhältnis zwischen Elschner und dem Vorsitzenden der Stiftung. Diese Beziehung kennzeichnet zum anderen ein generelles Problem der Politikberatung, da entstehende Friktionen auf ein prekäres Verhältnis zwischen den unterschiedlichen Operationsmodi von Politik und Wissenschaft und auf sich widersprechende Prinzipien von Loyalität und Unabhängigkeit verwiesen. So begründete Elschner auch seine Kündigung damit, nicht genug Freiraum für die wissenschaftliche Arbeit erhalten zu haben.¹¹⁴ Die wissenschaftlichen Mitarbeiter waren zum Beispiel verpflichtet, sich nicht nur ihre Veröffentlichungen genehmigen zu lassen, sondern auch ihre Vorträge in den Gliederungen der CDU oder ihr nahe stehenden Organisationen anzuzeigen.¹¹⁵ Die CDU hatte dieses Problem des wissenschaftlichen Freiraums 1967 dahingehend zu lösen versucht, daß sie ihre Abteilung Öffentlichkeitsarbeit fast vollständig in das Wissenschaftliche Institut auslagerte und ihm mit der Angliederung an die Adenauer-Stiftung eine gewisse Eigenständigkeit sowie wissenschaftliche Neutralität verlieh. Gleichzeitig blieb die Partei aber wichtigste Auftraggeberin und Abnehmerin der gewonnenen Erkenntnisse, von denen sie grundlegend die Fokussierung auf den Vorteil der Partei und eine gewisse Adaptionsfähigkeit einforderte. Dies war auch von dem Institut intendiert; es ging aber von einer unabhängigeren Grundlage aus. Somit war das Modell der konkreten Verwissenschaftlichung von Parteipolitik als vollständige Auslagerung der Öffentlichkeitsarbeit mit Elschner in der CDU gescheitert. Dies zeigte sich im März 1969 in seinem letzten Versuch, wissenschaftliche Unabhängigkeit mit der entsprechenden Reputation durch einen Beirat, der darüber hinaus zur inhaltlichen Verbesserung beitragen könne, zu verbinden. Er sollte zwar argumentativ nach außen dazu dienen, Förderungswürdigkeit für Forschungsmittel zu erlangen, nach innen jedoch auch – und das blieb angedeutet – als wissenschaftliche Schutzmauer gegen die ungewollte politische Indienstnahme fungieren. In einem Vermerk vom Dezember 1969 bekräftigte Elschner die Forderung und machte sie durch die anschließende Kündigung zu einer symbolischen Entscheidung.¹¹⁶ Allerdings hatte das WIKAS wichtige Untersuchungsfelder der siebziger Jahre bereits angeschnitten, die für die CDU relevante Aspekte bargen: Sprache, Mitglieder und Medien.

Mit seinem Abgang als Leiter des Instituts erleichterte Elschner die Umorientierung und zog den dafür von ihm selbst ursprünglich vorgesehenen Zeitpunkt um zwei Jahre vor. Er initiierte in den verbleibenden Monaten seiner Arbeit noch einige

¹¹⁴ Vgl. Brief Elschner an Heck am 13.12.1969, Vermerk darüber an Kraske am 17.12.1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

¹¹⁵ Vgl. entsprechende Anträge und Aufzeichnungen in ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

¹¹⁶ Vgl. Vermerk Elschner für Wörner am 1.12.1969, »Beirat oder Direktorium für das WIKAS«, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

Projekte, so z. B. eine Analyse der Dienstleistungseinrichtungen der CDU¹¹⁷, und erfüllte auch weiterhin die Beratungsaufgaben für die Partei, wie zum Beispiel die Auswertung der Bundestagswahl 1969.¹¹⁸ So strukturierte die Stiftung das Institut mit Elschners Hilfe und nach dessen ursprünglichen Vorstellungen 1970 um, mit größerer Autonomie und einer Ausrichtung nach wissenschaftlichen Erkenntnisinteressen. De facto bedeutete es jedoch das Scheitern eines ersten Versuchs, Politik auf direktem Wege zu verwissenschaftlichen, da die Auslagerung der Öffentlichkeitsarbeit zurückgenommen wurde. Trotz der grundsätzlichen Akzeptanz der andersartigen Beobachtung und Beschreibung des Verhältnisses von Öffentlichkeit und Politik seitens der politischen Akteure beschränkte sich die Anwendung der demoskopischen Betrachtungsweise und einer auf ihr aufbauenden Kommunikation letztlich auf die Kreise, die sich professionell mit den Fragen politischer Kommunikation beschäftigten. Deren theoretische Ansprüche einer wissenschaftlich fundierten Politik waren jedoch in der Praxis nicht durchzuhalten. Die demoskopische Beobachtung blieb in der Konsequenz weiterhin eng an Fragen der Parteiorganisation und Wahlkämpfe gebunden.

4. Auf doppeltem Gleis: Die CDU zwischen dem Institut für Demoskopie und dem Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstitut 1971–1990

Zu Beginn der siebziger Jahre befand sich die CDU in einem tiefgreifenden und alle Bereiche der Partei umfassenden Wandel. In dieser Phase der Unruhe sollte das stärker wissenschaftlich orientierte Institut die vermeintliche Sicherheit über Wähler, Parteiorganisation und auch Fragen des Selbstverständnisses liefern. Daher wird im folgenden der Frage nachgegangen, wie sich das Institut im Hinblick auf Methoden und eigenem Selbstverständnis weiterentwickelte und welches Verhältnis in der Folge zur Bundespartei entstand. Dazu wird parallel zur Arbeit und Entwicklung des Sozialforschungsinstituts auf die weitere Verarbeitung demoskopischer Daten im politischen Apparat der CDU geachtet. Die Bundesgeschäftsstelle wurde im Laufe der wechselnden Akteurskonstellationen in der CDU zu Beginn der siebziger Jahre von dem Wandel voll erfaßt. Dort wurden die Weichen für einen weiteren Ansatz der Verwissenschaftlichung von Partei und Politik gestellt, gerade als die ›Planungseuphorie‹ zum Beginn der siebziger Jahre ihren Höhepunkt anstrebte. Wie setzten sich begonnene Prozesse der Verwissenschaftlichung fort und inwiefern veränderten sie die Operationsmodi der CDU? Mit Bezug auf das zeitliche Zusammenfallen des

¹¹⁷ Vgl. Vermerk Elschner am 5. 2. 1970, ebd.

¹¹⁸ Vgl. seinen Vortrag zur Wahlanalyse am 13. 3. 1970 vor dem BuVo der CDU und im deutlicheren Wortlaut »Praktische Folgerungen aus den Analysen der Bundestagswahlergebnisse von 1969 für die CDU«, ACDP VII-003–068/1. Die Wahlanalyse wurde innerparteilich später weit gestreut, siehe ACDP VII-004–290/1. Es wurden aber auch wie zuvor weitere wissenschaftlichen Analysen gesammelt, z. B. das Manuskript von Hans-Dieter Klingemann und Franz Urban Pappi, »Die Bundestagswahl am 28. 9. 1969. Thesen zur Wählerfluktuation«, Köln, Oktober 1969, ACDP VII-003–093/3.

Institutsumbaus und der generellen Neujustierung der CDU wird der Schwerpunkt der Analyse auf den siebziger Jahren liegen, während die achtziger Jahre auch aufgrund der Archivsperrfrist nur kurz, in Form eines Ausblicks, dargestellt werden.

a) *Wissenschaft und Beratung des Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituts 1970–1973*

Die Umbenennung des WIKAS in »Sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut« (SFK) 1970 ging einher mit einer Restrukturierung. Sie vollzog sich parallel und in Bezugnahme auf den organisatorischen Wandel in der Bundesgeschäftsstelle. Die CDU versuchte 1970 in Person des neuen Bundesgeschäftsführers Rüdiger Göb, die Arbeit der Geschäftsstelle effizienter zu gestalten. Der »Planungstechniker« richtete sein Ziel darauf aus, die Bundesgeschäftsstelle in eine »kybernetische Organisation« umzuwandeln. So sollte die Arbeit an einem entsprechenden Politikmodell ausgerichtet werden, in dessen Zentrum die Sammlung und Verarbeitung von Information zur politischen Steuerung stand und das damit von den bisher üblichen bürokratischen Modellen abwich. In seine Zeit als Bundesgeschäftsführer fallen auch die ersten Versuche der elektronischen Datenverarbeitung.¹ Zur Restrukturierung gehörte auch, daß die starren bürokratischen Strukturen in Abteilungen aufgelockert werden sollten, indem zum Beispiel die konzeptionelle Arbeit in Planungs- und sonstige Arbeitsgruppen, die neben dem wahlkampf vorbereitenden Gremium arbeiteten, ausgelagert wurde.² Zudem waren der Geschäftsstelle nach dem Wegfall der Unterstützung durch den Regierungsapparat mehr Aufgaben vor allem im Planungsbereich zugewachsen.³ Dieser Wandel verlief in den ersten Jahren etwas unübersichtlich und ruckartig, so daß die mehrmaligen Umstrukturierungen wenig überlegt wirkten. Daran änderte auch der Wechsel in der Führung 1971 mit Rainer Barzel als neuem Vorsitzenden und Konrad Kraske als Generalsekretär wenig.⁴

Der Rumpf der vormaligen Abteilung Öffentlichkeit wurde 1970 unter der Leitung des bisherigen Referatsleiters Werner Brüssau wiederhergestellt.⁵ Die Abteilung umfaßte die Aufgaben der strategischen Planung, der Mitgliederbetreuung und der (begrenzten) Kontaktpflege zu Verbänden.⁶ Ihr fehlte die als solche ausgewiesene Meinungsforschung, die auf dem Organigramm der CDU 1970 nur indi-

¹ Vgl. für die Beschreibungen von Person und Umstrukturierung (auch Zitate) H.-J. LANGE, Responsivität und Organisation, 1994, S. 130 ff.

² Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 123; Protokoll der BuVo-Sitzung am 9.12.1971.

³ Vgl. für den Umbau der BGSt F. BÖSCH, Macht und Machtverlust, 2002, S. 99 ff.; W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 104 f., 119, vor allem 265 f.; G. PRIDHAM, Christian Democracy, 1977, S. 263 f.

⁴ Nach einer anfänglichen Steigerung der Mitarbeiter auf 150 (1970, von 126 in 1969) ging die Anzahl 1971 wieder leicht zurück (141) und stieg erst ab 1972 (191) wieder an. Vgl. Angaben bei W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 267 f.

⁵ Vgl. Rundbrief des BGF Rüdiger Göb an alle Mitarbeiter der BGSt am 1. 6. 1970, Sonderordner.

⁶ Vgl. hier und im folgenden die jährlich erstellten Organigramme und sonstigen dazugehörigen Unterlagen des Sonderordners.

rekt in der Abteilung Politik zu finden war. In der Gruppe »Planung« war die konzeptionelle Arbeit unter den Zuständigkeitsbezeichnungen »Trendbeobachtung, langfristige Planung, allgemeine politische Grundsatzfragen« zusammengefaßt worden. Diese Ordnung änderte sich bereits 1971 wieder, als die gesamte Gruppe Planung zwischen Generalsekretär, Bundesgeschäftsführer und dem Parteisprecher als Stabstelle »Operative Planung« eingefügt wurde, die sich mit den Aufgaben »Informationssteuerung, Führung, Management-Beratung und Problem-Finding« auseinandersetzen hatte. Aber auch sie war bereits 1972 wieder vom Geschäftsordnungsplan verschwunden. Gemein war allen Geschäftsplänen, daß sie über keine klar erkennbare Zuweisung oder sonstige konzeptionelle Verortung der Meinungsforschung verfügten. In der Abteilung »Information« existierte seit 1970 aber eine ebenso betitelt Gruppe, die unter der Aufgabenstellung »Sammlung, Auswertung, Steuerung« fungierte und so nominell zumindest die für eine kybernetische Politikplanung zentralen Aufgaben bündelte. Hier wurden Umfrageergebnisse gesammelt. Alle weiteren Beschäftigungen mit der Meinungsforschung, zum Beispiel die Korrespondenz mit Instituten befinden sich weitestgehend (und retrospektiv zusammengestellt) in Unterlagen zur Bundestagswahl 1972 oder in Unterlagen des Bundesgeschäftsführers, so daß sich eine dezidierte Arbeit durch eine Abteilung oder Gruppe in den Quellen kaum ausmachen läßt.⁷

Die Bundesgeschäftsstelle konnte sich die geringe demoskopische Arbeitsleistung im eigenen Hause nur aufgrund des weiterhin engen Bezugs zum WIKAS/SFK erlauben. Die Arbeit wurde dementsprechend sowohl innerhalb der Zentrale wie des Instituts organisiert.⁸ Zum neuen Leiter des Instituts wurde der Politikwissenschaftler Werner Kaltefleiter ernannt, der schon zuvor während seiner Tätigkeit an der Kölner Universität mit dem Institut Kontakt gehabt hatte und daher die Gegebenheiten kannte. Fast gleichzeitig erhielt der 1969 Habilitierte einen Ruf an einen Lehrstuhl für Politikwissenschaft der Universität Kiel; er füllte beide Aufgaben bis Ende 1975 parallel aus. Dann zwang seine Wahl zum Vizekanzler der Universität ihn, die Leitungsfunktion des Instituts aufzugeben. Bis dahin baute er das SFK zu einem »außeruniversitären Forschungsinstitut« aus.⁹ Eine der ersten Veränderungen bestand in der Erfüllung der Forderung Gerhard Elschners, einen wissenschaftlichen Beirat einzurichten, der das wissenschaftliche Renommee des Instituts steigern sollte. Die internationale Besetzung sollte belegen, daß das Institut an internationale Forschungsstandards sich anzuschließen und Zugänge zu vornehmlich amerikanischen Universitäten herzustellen in der Lage war. Der Beirat setzte sich Ende 1971 aus zwanzig Hochschullehrern international zusammen. Deren offizielle Funktion

⁷ Hier macht sich das Problem der Umorganisation der Quellen beim Aufbau des ACDP bemerkbar, in dessen Verlauf das Provenienzprinzip durch eine thematische Zuordnung der Quellen ersetzt wurde, was eine organisationssoziologische Untersuchung erheblich erschwert.

⁸ Zu dem, wie diese Zusammenarbeit und (demoskopische) Politikberatung aussah, vgl. auch A. KRÜKE, Kampf um die Deutungshoheit, 2004, S. 307–318.

⁹ Selbstbeschreibung des SFK von Kaltefleiter im KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG, Jahresbericht 1970, 1971, S. 39.

bestand darin, Forschungsprojekte zu betreuen, Anregungen für die Forschungsplanung zu liefern und infrastrukturelle Hilfestellung durch die Rekrutierung neuer Mitarbeiter aus dem universitären Nachwuchs zu leisten.¹⁰ Wie zuvor auch, wurde damit umgekehrt die Möglichkeit für die Mitarbeiter verbunden, sich mit ihren Projekten universitär weiter zu qualifizieren. Daneben wurden auch weiterhin Aufträge von außen an das Institut herangetragen, allerdings wurden alle Arbeitsaufträge nun unter stärkerer Berücksichtigung der wissenschaftlichen Qualifikationsarbeiten der Mitarbeiter organisiert. Die wissenschaftlichen Arbeiten wurden grundsätzlich veröffentlicht, was im Laufe der siebziger Jahre zur Etablierung verschiedener Schriftenreihen der verschiedenen Institute unter dem Dach der Adenauer-Stiftung führte.¹¹ Weitere Studien wurden in Zeitschriften publiziert.¹² Es entsprach dem üblichen Verfahren der Adenauer-Stiftung in den siebziger Jahren, ihren Instituten eine eigene Schriftenreihe zuzusprechen, wobei die Tätigkeiten der Institute insgesamt in den Jahresberichten der Stiftung ausführlich dargelegt wurden.

Das SFK engagierte sich als Mitglied in wissenschaftlichen Vereinigungen: Als Erstes wurde es Mitglied im »Inter-University Consortium for Political Research«, so daß das Institut leichteren Zugang zu anderen europäischen wie amerikanischen Universitäten erhielt. Insbesondere die University of Michigan bildete hier das Ziel der Kontakte, da das dortige Institute for Social Research (in Ann Arbor) das wichtigste Institut für den gesamten Forschungsbereich der empirischen Sozialforschung repräsentierte. Es verfügte über enorme Datenbanken, Datenverarbeitungs- sowie Weiterbildungsmöglichkeiten, die die Mitarbeiter des Instituts nutzen konnten, beispielsweise die Teilnahme an der Summer School in Ann Arbor 1971. In den folgenden Jahren bemühte sich das Institut auch um eine Zusammenarbeit mit anderen amerikanischen Universitäten wie der Georgetown University in Washington, mit der das SFK 1974 eine gemeinsame Konferenz durchführte.¹³

Kaltefleiter mußte bei der wissenschaftlichen Ausrichtung jedoch den Spagat schaffen, gleichzeitig Ansprechpartner für die Politik zu sein. Er arbeitete ähnlich wie Elschner eng mit der Partei zusammen und führte die Arbeit des WIKAS fort. Mit dem Ziel, sich auf die Wahl 1973 vorzubereiten, stand er neben anderen Gremien auch dem Bundesvorstand als Berater zur Verfügung.¹⁴ Im Rahmen seiner

¹⁰ Vgl. (hier und im folgenden) Selbstbeschreibung, ebd., S. 40 ff. Dazu zählten neben anderen Manfred Hättich, Hans Maier, Dieter Oberndörfer, Waldemar Besson und Kurt Biedenkopf. Vgl. auch die darüber hinausgehende Vorschlagsliste von Elschner, Vermerk an Wörner am 1.12.1969, ACDP BGS St Kraska: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet).

¹¹ Ab 1973 wurde die Reihe »Sozialwissenschaftliche Studien zur Politik« aufgelegt. Deren erste zwei Veröffentlichungen waren: R. ZÜLCH, Von der FDP zur F.D.P., 1973; W. KALTEFLIEGER, Zwischen Konsens und Krise, 1973.

¹² Zum Beispiel widmete sich das erste Sonderheft der *Politischen Meinung* 1974 dem Thema »Parteiendemokratie«: B. HECK (Hrsg.), Parteien-Demokratie, 1974.

¹³ Vgl. P. F. KROGH/W. KALTEFLIEGER (Hrsg.), Geheimhaltung und Öffentlichkeit in der Außenpolitik, 1974.

¹⁴ Vgl. Brief Kaltefleiter an Heck am 24.7.1970, ACDP VII-003-068/1; Protokolle, ACDP BuVo-Protokolle 1972; Selbstdarstellung, KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG, Jahresbericht 1974, 1975, S. 5.

politischen Beratungstätigkeit beteiligte sich Kaltefleiter an dem Aufbau eines »Planungsstabes« (nicht zu verwechseln mit der Planungsgruppe beim Bundesgeschäftsführer). Darin sollten mit Fachleuten besetzte Arbeitsgruppen zu verschiedenen Themen Expertisen erstellen. Diese Themen wie auch die Arbeitsschwerpunkte sollten zwischen Kaltefleiter und dem Bundesgeschäftsführer abgestimmt werden, der sich wiederum mit seiner Planungsgruppe absprach.¹⁵ Währenddessen hielt Kaltefleiter engen Kontakt zu Heck, der 1971 die Geschäftsführung der Stiftung übernommen hatte. In dem Abstimmungsprozessen ging es vor allem um die politisch abgestimmten aktuellen Zusatzaufgaben sowie die in die Umfragen zu integrierenden inhaltlichen Aspekte, die sich von den relativ autonom bestimmten groben Schwerpunkten unterschieden. Heck akzeptierte Kaltefleiter dabei offensichtlich als eigenständigen Institutsleiter. Er schickte ihm Ersuche und Anträge zu Studien, damit Kaltefleiter diese begutachten und Ratschläge, auch zu anfragenden Personen, geben konnte. In der Umkehr bat Kaltefleiter Heck schon einmal um Anmerkungen zu einem Text oder gab ihm unaufgefordert Kommentare zu politischen Ereignissen.¹⁶

Neben der Beratung durch das SFK wurden auch andere Beratungsformen in Betracht gezogen. Im März 1971 wurde auf einer Landesgeschäftsführerkonferenz unter dem Tagesordnungspunkt »Institute und Unternehmungen – Möglichkeiten der Parteiarbeit durch Institute« darüber diskutiert, wie die Akademie Eichholz und das SFK in die langfristige Wahlkampfplanung eingebunden werden könnten und wie die Beratung durch einen sogenannten »Planungsbeirat« aussehen könnte. Es handelte sich bei der Planung dieses Beirates jedoch nicht um den wissenschaftlichen Beirat des Instituts, sondern um eine zusätzliche Arbeitsgruppe, die einige norddeutsche Industrielle finanzieren und auch mit Personal bestücken wollten, um die CDU mit einer wissenschaftlichen Basis zu unterstützen. Obwohl die Zusammensetzung des Planungsstabes noch nicht feststand, war die Aufgabe mit der Vorbereitung der Bundestagswahl 1973 bereits vorgezeichnet.¹⁷ Es sollten Themen identifiziert und eine konzeptionelle Arbeit mit dem Ziel geleistet werden, eine Alternative zur SPD herauszuarbeiten. Doch kam diese Form der Zusammenarbeit nicht zustande.¹⁸ Gründe dafür liegen im Bereich der Spekulation. Kaltefleiter formulierte 1973 gegenüber Kurt Biedenkopf vorsichtig, die Bemühungen um den Planungsstab seien 1972 an der »damaligen Konstellation« gescheitert.¹⁹ Etwas direkter merkte er es gegenüber Heck an, den er auf Streitigkeiten über das zu verfolgende Konzept

¹⁵ Vgl. Vermerk an Heck am 29.1.1971 über eine Besprechung, an der auch u.a. Wildenmann teilnahm, ACDP BGSt Göb: PAE/KAS, Ordner 14 (unverzeichnet); Vorschläge aus der BGSt in einem Vermerk Peters an Göb am 29.9.1970, ACDP VII-001-063/5.

¹⁶ Vgl. Korrespondenz zwischen den beiden ab 1971, ACDP I-022-036/2; ACDP I-022-068/2.

¹⁷ Vgl. Wortprotokoll der LGF-Konferenz am 23.3.1971, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet). Die Aufgabenstellung ist eine fast wortgleiche Wiedergabe der Aufgabenstellung aus einem Vermerk von Ludolf Herrmann (KAS) an Rüdiger Göb, Karl-Heinz Bilke (BGF) und Kaltefleiter am 3.2.1971, ACDP BGSt Göb: PAE/KAS, Ordner 14 (unverzeichnet).

¹⁸ Vgl. Angaben in der Korrespondenz Kaltefleiter/Heck 1972–1973, ACDP I-022-035/2.

¹⁹ Vgl. Angaben in einem Brief von Kaltefleiter an Biedenkopf am 18.9.1973, ebd.

und eine Abneigung gegen die Parteispitze und die Adenauer-Stiftung hinwies.²⁰ So blieb die wissenschaftliche Beratung zunächst auf das SFK beschränkt.²¹

Die Arbeit des SFK richtete sich – analog zur CDU – an der Vorstellung aus, noch Regierungspartei zu sein und zügig an die Macht zurückzukehren. Im Mittelpunkt der Institutsarbeit standen Wahl- und Massenkommunikationsforschung, wobei die Orientierung auf die Bundestagswahl 1973 eine Analyse der Entwicklung politischer Einstellungen und eine Inhaltsanalyse von Fernsehsendungen mit sich brachte.²² Daneben existierten ein allgemeiner Bereich zur politischen Praxis und Projekte in den Politikfeldern Außen- und Verteidigungspolitik sowie Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik.²³ Nachdem 1970 das Rechenzentrum in vollen Betrieb genommen worden war, konnten eigene umfangreiche Auswertungen von Datensätzen vorgenommen werden. Dies wurde durch ein neues Betriebssystem und dazu passende Datenbankprogramme ermöglicht. Die Inbetriebnahme und Auslastung des Rechenzentrums durch Schichtarbeit brachte eine Aufstockung des Personals von 32 auf 80 Personen (wissenschaftliche und technische Mitarbeiter) mit sich. Davon waren allein 15 Mitarbeiter nur mit dem Rechenzentrum beschäftigt. Neben dem Rechenzentrum schlug die Wahlforschung mit ebenso 15 Mitarbeitern zu Buche; es folgten die Massenkommunikationsforschung mit fünf Personen und die Außenpolitik als einziges Politikfeld mit zwei wissenschaftlichen Mitarbeitern.²⁴

Neben der Beratungstätigkeit bestand die wichtigste Aufgabe des Instituts in der Bereitstellung von Daten. Für die Arbeitsschwerpunkte Wahl- und Massenkommunikationsforschung wurden drei Datenbankprojekte erdacht: zur Sozialstruktur der Bundesrepublik, zu den Ergebnissen der Meinungsforschung und zu den Inhalten von Fernsehnachrichten. Die Datenbank zur Sozialstruktur diente als Grundlage für Berechnungen zur Wahlstatistik, wozu die Unterlagen der Volkszählung 1961 sowie die Daten der Volkszählung 1970 eingespeist wurden. Außerdem wurden die Wahlergebnisse seit 1949 bis hinunter zur kommunalen Ebene aufgenommen.²⁵ Die Datenbank zu Umfrageergebnissen speiste sich aus der Idee, parallel zu den harten Daten die Veränderungen im Meinungsbild verfolgen zu können. Neben dem Problem, die Daten technisch und inhaltlich kompatibel zu gestalten, zu deren Lösung das Zentrum für empirische Sozialforschung an der Universität Köln zu Rate gezogen wurde, mußten für die Auswertungen überhaupt erst Programme geschrieben werden.²⁶ Die dritte Datenbank zielte auf die Auswertung inhaltlicher Aussagen in

²⁰ Vgl. Vermerk Kaltenleiter an Heck am 16. 8. 1973, ebd.

²¹ Das Thema wurde erst nach dem Führungswechsel 1973 wieder aufgegriffen. Vgl. auch weiter unten. Die Aktenlage zu dieser Frage ist äußerst dünn. Eine weitere Eruiierung dieses Feldes muß daher hier offen bleiben, zumal sie nicht zum originären Erkenntnisinteresse der Arbeit gehört.

²² Vgl. KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG, Jahresbericht 1970, 1971, S. 42ff.; Angaben in der Selbstdarstellung, dies., Jahresbericht 1974, 1975, S. 61.

²³ Vgl. Angaben in der Selbstdarstellung, dies., Jahresbericht 1970, 1971, S. 41.

²⁴ Vgl. Mitarbeiter-Angaben in der Selbstdarstellung, dies., Jahresbericht 1971, 1972, S. 7.

²⁵ Vgl. hier und im folgenden Selbstdarstellung, dies., Jahresbericht 1969 und 1970, 1970/1971.

²⁶ Vgl. Vermerk von Elschner an Kevenhörster (ohne Datum) über eine Besprechung mit Mitarbeitern des ZA, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 10 (unverzeichnet).

Fernsehnachrichten, zu denen auch politische Magazine gezählt wurden. Hier setzte sich die Arbeit aus dem WIKAS bruchlos fort, wobei ein neuer Fokus auf das Fernsehen gerichtet wurde. Diese Medienforschung war ganz neu und interessierte bis dahin überhaupt nur wenige Forscher. Ebenso gering fiel das Interesse an diesen Untersuchungen in der CDU aus.²⁷ Zwar interessierte sich die CDU prinzipiell für ihre Darstellung in den Medien, jedoch eher unter dem Blickwinkel der eigenen Einflußmöglichkeit. Dieser Anforderung konnte die langfristig angelegte Schwerpunktforschung des SFK nur bedingt gerecht werden.

Zur Vorbereitung des Wahlkampfes hatte sich Kaltefleiter zusammen mit Getas eine besondere Herangehensweise an die Umfragen überlegt. Vor dem Hintergrund, das Rechenzentrum voll in Dienst nehmen zu können und damit selbstständig Berechnungen von Umfragedaten zu produzieren, wagte sich das SFK an das schwierige Unterfangen, eine Panelstudie zu beginnen. Das bereits in der Konsum-/Marktforschung bekannte Verfahren der Panelbefragung richtete sich nicht so sehr auf die einzelnen Ergebnisse einer Befragung, sondern auf die Veränderung des Meinungsbildes. Dies sollte über das Panel, einer Gruppe von regelmäßig zu befragenden Personen, gewährleistet werden. Die Herausforderung bestand nicht in der anfänglichen Repräsentativität, die relativ leicht zu erreichen war, sondern darin, nicht allzu viele Personen im Lauf der Zeit zu verlieren. In dem Fall mußten neue Personen gewonnen werden, die dann aber eventuell die Nachverfolgung der Meinungsbildung und -entwicklung veränderten. Die Panelbefragungen waren auf das Ziel der Wahl 1973 ausgerichtet und begannen mit 1600 Personen im April 1971; die letzte Befragung geriet dann unbeabsichtigt bereits zu Nachwahluntersuchung.²⁸ Als weitere Neuerung wurde im Herbst 1970 bei dem ersten Panel und erneut als Vergleich Anfang 1971 vor der Landtagswahl in Baden-Württemberg per Umfrage eine »Simulation« der Sonntagsfrage durchgeführt, um eine »echtere« Situation mit höherer Treffersicherheit zu erhalten. Diese Simulation bestand vor allem aus der Hinzuziehung von Daten, die nur indirekt auf die Wahlabsicht schließen ließen und so eine höhere Ausschöpfungsquote erbrachten. Jedoch gelangte sie anscheinend nicht über das Stadium der Testphase im SFK hinaus.²⁹ Das Ziel des Schwerpunktes, mit Panelbefragungen Veränderungspotentialen nachzuspüren und dabei möglichst exakte Angaben zu erhalten, traf auf den Wunsch der CDU, Wähler zurückzugewinnen. Um hier sicher zu gehen, versprach die Überprüfung der Resonanz durch einen umso genaueren Test eine bessere Absicherung als die herkömmliche Umfrageforschung.

²⁷ Vgl. K.-H. GROHALL/K. P. JOHANN/A. SCHUSTER, Politik im Fernsehen, 1972; K.-H. GROHALL/A. SCHUSTER, Fernsehnachrichtensendungen, 1975; vgl. auch andere Studien zu Medien, hier Fernsehspots: F. DRÖGE/W. B. LERG/R. WEISSENBORN, Technik politischer Propaganda, 1969; grundsätzlich: W. SCHULZ, Konstruktion der Realität, 1976.

²⁸ Vgl. für Auswertung W. KALTEFLEITER, Zwischen Konsens und Krise, 1973; Datenangaben zur Gesamtuntersuchung unter der URL: (<http://www.gesis.org/Datenservice>) (Kaltefleiter, SFK, 1972) [13.10.2002].

²⁹ Vgl. »Zur Situation in Baden-Württemberg, Januar/Februar 1972«, ACDP VII-003-066/2.

Die CDU erwartete vom SFK eine konkrete Zielgruppenbeobachtung und eine Orientierung an aktuellen Fragen der Wahlforschung. Entsprechend führte das SFK die eingeforderten üblichen Zielgruppenuntersuchungen, hier zu Frauen und dem Mittelstand, durch.³⁰ Da die CDU weiterhin kein Interesse an rein informativer, »kontemplativer« Demoskopie zeigte und sich auf Stimmenmaximierung und Wahlkampf Vorbereitung konzentrierte, klappte eine Interessenslücke zwischen der Bundesgeschäftsstelle und dem SFK.³¹ Andererseits löste sich die CDU in ihren Fragestellungen von der ganz engen Bindung an Wahlerfolge, wenn zum Beispiel Spezialuntersuchungen zur Rauschmittelnutzung der Jugend in Auftrag gegeben wurden. Generelle Untersuchungen zur Zielgruppe Jugend lagerte das Institut an entsprechende Experten wie Walter Jaide, unterstützt durch Erwin K. Scheuch und Rudolf Wildenmann, aus.³² Insgesamt bildeten die aus der Bundesgeschäftsstelle angefragten Untersuchungen lediglich Zusatzstudien. Ob diese Entwicklung durch die Autonomie des SFK oder die starke Belastung des Instituts hervorgerufen wurde, muß jedoch offen bleiben. Auf jeden Fall vergab die CDU jetzt einzelne Aufträge auch an andere Demoskopien und Berater, zum Beispiel an die Infratest-Tochtergesellschaft Infratest Marktforschung.³³

Einer der Berater war Gerhard Elschner. Er war nach seinem Ausstieg aus dem WIKAS als selbstständiger Unternehmensberater tätig geworden und wurde für verschiedenste Beratungstätigkeiten in Fragen der demoskopiegestützten Werbung wie auch der Wahlkampf Vorbereitung aufgrund seiner Erfahrungen herangezogen. Im Grunde genommen führte er seine Arbeit aus der Zeit des WIKAS fort. Dazu paßte auch, daß er weiterhin mit Getas zusammenarbeitete. Beispielsweise gab der Bundesvorstand 1971 bei Elschner eine Untersuchung zu einer Neustrukturierung des CDU-Signets in Auftrag, die das Layout der Schriftzeichen als Symbol einer neuen CDU neu bestimmen helfen sollte.³⁴ Das Signet sollte nicht nur modisch auf der Höhe der Zeit sein, sondern auch als Aufschrift auf dem Dach des sich gerade im Bau befindlichen neuen Hauses zum Erkennungszeichen der Partei werden. Zudem sollte so eine einheitliche Darstellung der CDU erreicht werden, die bis dato noch über keine »corporate identity« ihrer Abkürzung verfügte.³⁵ In einem Werbemittel-

³⁰ Vgl. Vermerk Peters an Göb am 29. 9. 1970, ACDP VII-001-063/5.

³¹ Gerhard Schmidchen stellt den Begriff gegen den der »operativen«, zielgerichteten Demoskopie. Vgl. G. SCHMIDTCHEN, Die befragte Nation, 1965, S. 351.

³² Vgl. Notizen auf Vermerk Peters an Göb am 29. 9. 1970 sowie weitere Planungsunterlagen zu den Themen, ACDP VII-001-063/5. Zumindest zu der Jugend-Untersuchung wurde nichts veröffentlicht, weder im Rahmen des Instituts noch von den drei an der Studie Beteiligten.

³³ Vgl. K. BACHERER, Infratest, 1987, S. 92. Infratest (Sozialforschung) arbeitete eigentlich für die SPD, aber die Gliederung des Unternehmens ermöglichte die Zusammenarbeit mit der CDU. In den zugänglichen Unterlagen der CDU konnten allerdings keine Unterlagen gefunden werden.

³⁴ Vgl. Protokoll LGF-Konferenz am 14. 9. 1971, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

³⁵ Vgl. Protokoll LGF-Konferenz am 23. 3. 1971, ebd.

test wurden dann nicht nur das Signet, sondern auch seine weiteren Einsatzmöglichkeiten, zum Beispiel auf Briefköpfen, getestet.³⁶

Elschner wurde nicht nur auf Bundesebene engagiert. Auch für andere Landesverbände wurde er als selbstständiger Berater tätig und beriet insbesondere die CSU.³⁷ So unternahm er Werbemitteltests mit Unterstützung von Getas, das qualitative Untersuchungen lieferte, oder wertete Daten in einer Sekundäranalyse aus: Für die Landtagswahl in Baden-Württemberg 1971 unternahm er den von einem Mitglied bezahlten Werbemitteltest; für den Bremer Verband fertigte er aus vorhandenem statistischen Material, Wahlergebnissen und demoskopischen Befunden eine Auswertung der Wahl zur Bürgerschaft 1971 an.³⁸ Diese Beratungstätigkeiten konnte Elschner im Rahmen einer groß angelegten Auswertung der Landtagswahlen 1970 und 1971 auf der Bundesebene zusammenführen. Er analysierte dazu die Konzeptionen der Wahlkämpfe.³⁹ Hier ergaben sich wiederum Parallelen zu seiner vorherigen Arbeit, denn die Wahlkämpfe auf Landesebene gewannen hinsichtlich der Wiedergewinnung der Regierungsmehrheit auf Bundesebene für die CDU zunehmend an Bedeutung. In diesem altbekannten Sinne einer die verschiedenen Ebenen und Bedürfnisse verknüpfenden Arbeit fand sich Elschner 1972 dann in verschiedenen Gremien der CDU zur Vorbereitung der Bundestagswahlen wieder.⁴⁰ Seine Rolle bestand hauptsächlich in einer konkreten Beratung in Bezug auf Werbemittelfragen, wie auch seine in diesem Beratungszusammenhang erstellte »Grundlageninformation für Werbegestalter für die CDU-Werbung bis 1973« zeigte.⁴¹ Elschner war daher in verschiedenen internen Arbeitsgruppen aktiv. In dem Planungsgremium für die Vorbereitung des Wahlkampfes traf er neben mehreren Werbeberatern (u. a. Walter Scheele) auch auf Kaltefleiter als Vertreter des SFK.⁴² In dieser Gruppe war aber nicht Kaltefleiter, sondern der Institutsmitarbeiter Wolfgang Falke für Meinungsforschung und Wahlanalysen zuständig.

Wie bereits angedeutet, spielte der Zusammenhang der Landes- und Bundesebenen eine noch stärkere Rolle als zuvor. Daher kam der Konferenz der Landesgeschäftsführer in dem Wahlkampf 1972 eine wichtige Rolle zu, was sich jedoch erst

³⁶ Vgl. für Ergebnisse Protokoll LGF-Konferenz am 1. 2. 1972, ebd.

³⁷ Die CSU wollte ursprünglich mit ihm ein Institut nach dem Vorbild des WIKAS aufbauen, ließ diese Planung dann aber fallen. Interview Gerhard Elschner am 4. 11. 2002; vgl. für Reform der Öffentlichkeitsarbeit 1970–1972 bei der CSU auch G. PAULI-BALLEIS, Polit-PR, 1987, S. 248; für den organisatorischen Wandel insgesamt vgl. A. MINTZEL, Geschichte der CSU, 1977, insbes. S. 76 f., 140 f.

³⁸ Vgl. Anlagen zum Protokoll LGF-Konferenz am 21. 2. 1972 und zum 20. 4. 1972, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

³⁹ Vgl. LGF-Konferenz bzw. Seminar am 27./28. 3. 72, ebd.

⁴⁰ Vgl. Protokoll der LGF-Konferenz am 25./26. 5. 1971; Vortrag Kraske dort am 8. 12. 1971, ebd.

⁴¹ Vgl. Gerhard Elschner, »Stichworte zu einer kurzen Grundlageninformation (Briefing) für Werbegestalter der CDU-Werbung bis 1973«, ACDP VII-003-100/1. Der Entwurf dazu wurde zunächst in der Planungsgruppe diskutiert. Aufgrund der darin sichtbar werdenden Anlage des Wahlkampf-Konzeptes sollte er auf keinen Fall an Werbegestalter, die sich erst noch bewerben sollten, weitergegeben werden. Vgl. Diskussion dazu am 28. 6. 1972, ACDP VII-003-066/2.

⁴² Vgl. Angabe in Unterlagen des internen Wahlkampfremiums, ACDP VII-003-066/2.

durch die unerwartete Entwicklung des Jahres herausstellte. Ab Dezember 1971 wurden die Sitzungen des Gremiums monatlich abgehalten, so daß diese regelmäßigen und häufigen Zusammenkünfte im Laufe des Jahres 1972 mit dem sich plötzlich anbahnenden Wahlkampf eine wichtige Koordinierungs- und auch Planungsfunktion übernahmen. Hier wurde die Notfallplanung, die seit Februar in der internen Planungsgruppe ausgearbeitet worden war, vorgestellt und so die Richtung des Wahlkampfes vorgegeben.⁴³ In dieser Runde konnten Fragen des zentralen Wahlkampfes besprochen, abgestimmt und auch kontrolliert werden. Als ein Teil der langfristigen Vorbereitung wurden nun auch bei internen Abläufen sozialwissenschaftliche Methoden angewendet. Per Fragebogen waren Vor- und Nachwahlanalysen aus den Landesverbänden eingefordert worden, um eine geeignete Ausgangslage zur vergleichenden und kumulierenden Auswertung nach den Punkten Analyse der konzeptionellen Wahlkampf-Vorbereitung, Kampagnenstrategie und Werbeplanung, Ablaufsteuerung organisatorischer und Koordination sonstiger Dienstleistungen der Bundeszentrale zu erhalten.⁴⁴ Die regelmäßigen Konferenzen und die Einbindung der Landesverbände in die Planung der Bundespartei dienten dazu, die Bindungen zu stärken und auf eine permanente Kommunikations-Basis zu stellen, um das Vorgehen zu koordinieren. Zu den Sitzungen kamen die Berater aus der internen Planungsgruppe sowie die Vereinigungen hinzu.⁴⁵ Neben dem Präsidium stellte die Konferenz daher das zentrale Gremium der CDU dar. Dieses Gremium machte den ersten Schritt zu einer tatsächlichen Zentralisierung der Parteiarbeit, bei der demoskopische Verfahren sowohl zur internen Beobachtung als auch zur gemeinsam angelegten Umweltbeobachtung eine wichtige Rolle spielten.

b) Demoskopie für die CDU: Zwischen wissenschaftlichen Ansprüchen und kommerzieller Herausforderung 1973–1976

Die Beschleunigung der Wahlkampf vorbereitungen ab Februar 1972 unterbrach die sich gerade einspielende Arbeitsroutine des SFK. Dem Institut war gerade ein Jahr geblieben, um sich mit seiner neuen Struktur zu etablieren und eine Forschungsroutine zu entwickeln, denn auch 1972 erfüllten das SFK wie zuvor bereits das WIKAS die Anforderungen der Partei. Es übernahm eigentliche Wahlkampfaktivitäten der Bundespartei, die dem WIKAS 1967 die Kompetenzen wie die Produk-

⁴³ Vgl. das Protokoll zur Klausurtagung mit der Auswertung der Landtagswahlen am 27./28.3.1972. Dort finden sich Teile der Unterlagen der internen Planungsgruppe, jedoch kein Vermerk im Protokoll dazu; erst in dem Protokoll von der Sitzung am 12.6.1972 wird auf diese geheim gehaltene Besprechung rekurriert. Vgl. für den ersten Hinweis in den Ausführungen Kraskes auf der gemeinsamen Sitzung verschiedener Führungsgremien am 25.2.1972. Alle Unterlagen in ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

⁴⁴ Vgl. Protokoll der Klausurtagung am 27./28.2.1972, ebd.

⁴⁵ Vgl. Ausführungen Hennig im Protokoll der LGF-Konferenz am 8.12.1971, ebd. Vgl. weitere Mitgliederlisten verschiedener Wahlkampf gremien in den Unterlagen des Wahlkampf gremiums, ACDP VII-003-066/2.

tion und Zusammenschau sozialstruktureller Daten und die demoskopische Beratung für Rednerauftritte politischer Akteure überlassen hatte.⁴⁶

Als die konkreten Vorbereitungen der Neuwahlen begannen, waren aus Zeitgründen nur noch kurzfristige und damit wenig konzeptionell ausgefeilte Umfragen möglich.⁴⁷ Dennoch sollte die Vorgehensweise, zunächst Grundlagenmaterial zu sammeln, Analysen der politischen Situation anzufertigen und daraus einen Konzeptionsentwurf abzuleiten, beibehalten werden. Dazu gehörten auch die abschließende Nachwahluntersuchung, die Erfolgskontrolle der Werbemittel sowie die übliche Zusammenstellung des Wahlkampfes zu einer Dokumentation und eine wissenschaftlich basierte Ergebnisanalyse, mit der die CDU seit 1961 selber deutend in die medialen Verhandlungen über die Bewertung von Wahlkampf und Ergebnis einzugreifen versuchte.⁴⁸ Insgesamt fiel die Wahlkampfkonzeption mitsamt ihren demoskopischen Grundlagen etwas schmaler als üblich aus.

Die Planungsgruppe, die Wahlkampfkommission und die ständigen Leitungsgremien (zum Beispiel der Bundesvorstand) konnten damit auf keine eigens angestellten Vorbereitungsumfragen, sondern nur auf vorhandene Umfragen des SFK zu generellen Aspekten zurückgreifen. Dies war allerdings nicht wenig. Da das produzierte Material durch die Panelbefragungen hauptsächlich auf die Wählerschaft und deren Meinungsbildungsprozesse beziehungsweise deren Veränderungen angelegt war, konzentrierten sich die Überlegungen, neue Wähler zu gewinnen oder alte Wähler zurückzugewinnen, auf bereits festgestellte defizitäre Zielgruppen im Wahlsaldo und auf die Themensetzung, mit deren Hilfe die Wähler überzeugt werden sollten.⁴⁹ Daher gerieten sowohl Stammwähler (über Versammlungsaktionen) als auch die »Grenz- und Wechselwähler« ins Blickfeld.⁵⁰ Hinzu kam die Überlegung, vor allem mit der Innenpolitik als einem für die CDU positiv besetzten Themenfeld, die verschiedenen Gruppen (»Jungwähler, urbanisierter Mittelstand, Großstadtbevölkerung, Facharbeiter, soziale Aufsteiger«) anzusprechen. Zudem sollten über bestimmte Werbemaßnahmen wie sogenannte Testimonials, öffentliche Wahlbekenntnisse Prominenter, alle Wähler gleichermaßen angesprochen werden.⁵¹ In einem innerparteilich weitgestreuten Brief, der auf die Medienberichterstattung über die Bundesvorstandssitzung und die dort diskutierte Wahlkampfstrategie rea-

⁴⁶ Vgl. für die Beispiele Protokolle der internen Planungsgruppe am 23. 08. und 28. 6. 1972, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

⁴⁷ 50 000 DM wurden daher als ausreichend betrachtet. Diese Summe nimmt sich gering aus gegenüber früheren Angaben wie auch gegenüber den in der Notiz veranschlagten Gesamtkosten für den Wahlkampf 1972 von circa 16 Millionen DM. Vgl. Vermerk ohne Verfasser [Juni 1972], ACDP VII-003-066/2.

⁴⁸ Vgl. Vermerk von Axel König (Mitarbeiter BGSt) an Hennig am 14. 6. 1972 »Liste möglicher Wahlkampf-Maßnahmen«, ebd.

⁴⁹ Vgl. die vorausgreifenden Aussagen Hennigs auf der LGF-Konferenz am 18./19. 1. 1972, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

⁵⁰ Kraskes in einer Sitzung der Planungsgruppe am 23. 8. 1972, ebd.

⁵¹ Vgl. Wortprotokoll der Ausführungen Kraskes »über den Stand der Wahlkampf vorbereitungen« im BuVo am 21. 8. 1972, ACDP BuVo-Protokolle 1972.

gierte, begründete der Wahlkampfleiter Kraske die zu erfolgende Hinwendung zu einzelnen Zielgruppen wie folgt:

»Nach den Ergebnissen der Meinungsforschung können wir diese Zielgruppe [Grenz- und Wechselwähler, A. K.] ziemlich exakt definieren. Wenn wir sie erreichen und überzeugen wollen, müssen wir einen bewußt politischen, einen argumentierenden und informierenden Wahlkampf führen, in dem die Auseinandersetzung mit dem politischen Gegner zwar nicht zu kurz kommt, in dessen Mittelpunkt aber doch unser Programm und unsere Selbstdarstellung stehen.«⁵²

Die Hinweise auf die Selbstdarstellung der CDU blieben an der Oberfläche haften. Die Überlegungen der CDU kreisten zwar um die zwei Imagefeiler von Partei und Kandidat, allerdings nur als mehr oder weniger selbstverständliche Hintergrundfolien für die Ansprache der Wähler. Daher war ständig fast ausschließlich von den verschiedenen Gruppierungen der Wähler, die man ansprechen wollte, und den dazu notwendigen Themen die Rede.⁵³ Damit verband sich die Erwartung der CDU-Führung an eine abgesicherte und überraschungsfreie Veränderung der Partei selber, die anhand der veränderten Ansprache und Selbstdarstellung erfolgen sollte. Das Image als solches sowie das hinfällige Selbstverständnis als Regierungspartei wurden nicht thematisiert. Es blieb, wie die Figur des Kanzlerkandidaten Barzel, eine Selbstverständlichkeit in der Kommunikation, unhinterfragt und damit blind.

Auf diese Weise gerieten die Ansagen bezüglich der Wahlkampfkonzeption in einen eigentümlichen und in den Gremiendiskussionen mißachteten Gegensatz zu der demoskopischen Analyse Elschners. In seinen Ausführungen zur Werbegestaltung verwies er auf die nach seinem Ermessen grundlegenden Probleme der CDU, das imageabhängige Wählerpotential und das Image des Spitzenkandidaten Rainer Barzel: »Dessen Bewertung, Vorschläge zu Korrekturmaßnahmen und eine ›Verkaufsstrategie‹ für Dr. Barzel werden im Zentrum aller Überlegungen stehen müssen.«⁵⁴ Elschners Befunde betrafen die als selbstverständlich genommenen Grundlagen der CDU. Seine komplett umfragebasierten Überlegungen wiesen auf psychologische Grundlagen des Marketing und konzentrierten sich auf die Frage, wie ein gründlicher Imagewechsel der Partei ermöglicht werden könnte, ohne die Bindung an die alte Stammwählerschaft zu zerstören. Die Fragestellung nach einer Modernisierung ohne Reibungsverluste kristallisierte sich als das zentrale Problem der CDU zu Beginn der siebziger Jahre heraus. Die Partei schien jedoch unfähig, dieses Problem der Selbstbeschreibung und -darstellung wahrzunehmen oder es als solches anzuerkennen. Die Demoskopie blieb demnach bei der CDU weiterhin an herkömmliche Beobachtungsmuster gebunden. Dies zeigt sich auch an der fehlenden Selbstwahrnehmung als Regierungspartei. Das Verhalten der CDU könnte auch in dem Sinne interpretiert werden, daß die Schwelle der »kognitiven Dis-

⁵² Brief Kraske am 24. 8. 1972, ebd.

⁵³ Vgl. dazu Protokolle der BuVo-Sitzungen, LGF-Konferenzen sowie der Planungsgruppe 1972 in ebd.; ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

⁵⁴ Elschner, »Grundlageninformation (Briefing) für Werbegestalter«, S. 6, ACDP VII-003-100/1.

sonanz«, also der Moment, in dem das eigene Weltbild nicht mehr in der Lage war, alle Ungereimtheiten in die eigene Sicht einzupassen, noch nicht erreicht war und daher eine Neuausrichtung nicht vorgenommen wurde.⁵⁵

In den Bearbeitungen und Interpretationen von Umfragen fand eine Art Verdrängungsprozeß statt. In einem Vortrag vor dem Bundesvorstand machte Kraske, der sich in Gremien oft auf Umfragen oder direkt auf Kaltefleiter bezog, zum Beispiel deutlich, daß bei der Erstellung der Werbe-Konzeption des Wahlkampfes statt der Wähler – schließlich waren die Zielgruppen schon erfaßt – die Werbemittel in den Vordergrund getreten waren.⁵⁶ Damit lehnte er sich an die Erstellung der Hinweise für Werbegestalter der CDU durch Elschner im Februar und an die ausführliche Beratung mit den Werbeagenturen an, wobei er jedoch zumindest mit Blick auf die Ausführungen Elschners dessen zentrales Argument, die Imageproblematik Barzels und der CDU, verfehlte. Er ging mit keinem Wort auf die gerade vorliegende Studie zum Barzel-Image ein. Nach den schlechten Ergebnissen in Umfragen war seine Imagekonzeption einer »Ersten Revision« unterzogen worden, in der es um die Feststellung von »Leistungsschwächen«, »Führungsschwächen« und »positiven Leistungsnachweisen« ging. Jedoch wurde die neuerliche Umfrage wiederum nur dazu genutzt, um ein abstraktes theoretisches Konzept aufzubauen, das sich an den drei Punkten »Abrechnung mit der SPD, eigener Leistungsnachweis, Zielprojektion« abarbeitete, ohne das Image-Problem auch nur zu benennen.⁵⁷ Bestraft wurde diese Nachlässigkeit mit weiterhin schlechten Befunden, die auch in der Presse nachzulesen waren.⁵⁸ Die Daten wie auch der Umgang mit ihnen sprachen deutlich dafür, daß das Image Barzels sich nicht schnell verändern ließ, auch wenn er Ratschläge für seine Auftritte berücksichtigte. Während das Image Barzels in den Gremien ignoriert wurde, wurde die Image-Problematik der CDU in den Diskussionen auf Zielgruppenprobleme und Layoutfragen der Selbstdarstellung abgewälzt. Dennoch tauchte in den demoskopischen Beschreibungen zur CDU-Situation immer wieder das Bild auf, das die CDU zu lange mit dem Wandel gewartet hätte, so daß ihr bereits die Wähler davongelaufen waren. Dies war zumindest das beherrschende Argument für einen Wandel, den Elschner bereits seit der Wahl 1965 mit demoskopischer Begründung angemahnt hatte. Im Grunde ging es dabei immer noch um eine Ablösung von der CDU als Adenauer-Partei. Mit dem Dilemma des Veränderungsdrucks bei gleichzeitiger Chance auf Verlust wie Neugewinn von Wählern besaß sie damit dasselbe Problem wie die SPD am Ende der fünfziger Jahre im Angesicht ihrer Reform. Die CDU ignorierte dies auf Bundesebene zunächst jedoch zugunsten der

⁵⁵ Vgl. L. FESTINGER, Theorie der kognitiven Dissonanz, 1978 (engl. 1957).

⁵⁶ Vgl. hier und im folgenden Kraske im BuVo am 21. 8. 1972, ACDP BuVo-Protokolle 1972. Für die Ausgestaltung der CDU-Werbung vgl. den kurzen Überblick bei C. HOLTZ-BACHA, Wahlwerbung als politische Kultur, 2000, S. 116 ff.

⁵⁷ So der Aufbau der Studie »Image-Konzeption Rainer Barzel. Erste Revision Mitte August 1972«, ACDP VII-003-052/3.

⁵⁸ Vgl. zu den SFK-Ergebnissen »Brandt wird an der Sympathie gemessen – Barzel an der Leistung«, Die Welt vom 28. 9. 1972.

Überzeugung, die eigentlich rechtmäßige Regierung zu stellen, auch wenn junge Parteimitglieder die Problematik bereits ansprachen.⁵⁹

Die CDU erhielt sich ihre alte Selbstwahrnehmung. Während des Wahlkampfes wurden in den Gremien hauptsächlich positive Daten für die CDU präsentiert, wobei Kraske vor allem auf Daten des SFK und auf veröffentlichte Daten des IFD zurückgriff, »die das Wahlkampf-Konzept der CDU bestätigen«.⁶⁰ Man verließ sich darauf. Deshalb war auch der Schock umso größer, als sich im Wahlergebnis das Gegenteil des erhofften Erfolgs niederschlug. In den von außen kommenden Beratern, inklusive Kaltefleiter, wurden schnell die Verantwortlichen für das Desaster ausgemacht.⁶¹ Kaltefleiter reagierte darauf mit dem Bemühen um Aufklärung. Er entwickelte zusammen mit dem Bundesgeschäftsführer Hennig ein Analyseprogramm, in dem die Untersuchungen doppelt angefertigt werden sollten:

»Dieses ›Gegenchecken‹ ist auch noch aus einem weiteren Grunde notwendig, weil man sonst sagen könnte – und dieses wird hinter vorgehaltener Hand ja auch bereits getan, daß das SFK ja jetzt schlecht etwas anderes tun kann, als seine eigenen Aussagen von vor der Wahl zu untermauern. Und dieses sieht auch Herr Prof. Kaltefleiter [...] völlig ein, so daß einvernehmlich mit ihm diese Analyse doppelt genäht wird durch die Erarbeitung in zwei verschiedenen Instituten.«⁶²

Der Wissenschaftler kündigte Heck Anfang Dezember seine umfassenden Planungen für seinen Beitrag zur Auswertung der Wahlergebnisse an. Sowohl die direkt vor der Wahl unternommenen Umfragen sowie neue Fremдумfragen nach der Wahl sollten ausgewertet und in Eigenregie mehrere Nachwahluntersuchungen zur Wirksamkeit von Werbemitteln, zum Wahlverhalten beziehungsweise den Meinungsänderungen zwischen der letzten Vorwahluntersuchung und dem Wahltermin sowie zu den bleibenden Veränderungen nach der starken Politisierung vor der Wahl angestellt werden. Um diese Arbeiten für eine sofortige Nachwahluntersuchung im SFK leisten zu können, hatte Kaltefleiter bereits wenige Tage nach der Wahl in einer Mitarbeiterbesprechung die Aufgaben und Zuständigkeiten an acht Mitarbeiter vergeben und dazu auch einen Gastwissenschaftler (Rüdiger Zülch) herangezogen.⁶³ Zudem wurden alle fremden Institute auf ihre Untersuchungen angesprochen, um

⁵⁹ Vgl. z. B. P. RADUNSKI/A. NIEMETZ, Die Anlage des Landtagswahlkampfes, 1971, hier S. 43.

⁶⁰ Kraske, Ausführungen im BuVo am 25. 9. 1972, ACDP BuVo-Protokolle 1972.

⁶¹ Vgl. Barzels Rede im BuVo am 20. 11. 1972, ebd.; Wortprotokoll der Debatte im BuVo am 7. 12. 1972, insbesondere die Beiträge von Hans Terlinden und Manfred Kanther: ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet). Die Werbeagenturen eigneten sich gut als Sündenbock, da sie bereits zuvor kritisiert worden waren: Vgl. u. a. »Krach nach der Niederlage«, Die Zeit Nr. 49 vom 8. 12. 1972; »Nach der Wahlniederlage Streit zwischen CDU und Agenturen«, Westfälische Rundschau vom 29. 11. 1972.

⁶² Bundesgeschäftsführer Hennig auf der Sitzung des BuVo am 7. 12. 1972, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

⁶³ Vgl. für die teilweise später ausgebauten Ergebnisse R. ZÜLCH, Von der FDP zur F.D.P., 1973; L. K. ELTERMANN, Wählergunst, 1980; verschiedene Beiträge in dem Sonderheft von *Die Politische Meinung* 1974, »Parteiendemokratie«, z. B. von K. FISCHER/D. NATH/G. D. RADTKE, Plan und Aufbau einer Datenbank.

damit die eigenen Ergebnisse zu überprüfen. Auf der Klausurtagung im Januar 1973 lag die auf eine längerfristige Entwicklung der Wählerschaft orientierte Auswertung des SFK mit Kaltefleiters »Trends im Wahlverhalten und im Parteiensystem« vor, die er in zehn Thesen zusammenfaßte. Hinzu kamen kurze Analysen von Erwin Scheuch und eine weitere Analyse von Max Kaase von der FGW an der Universität Mannheim.⁶⁴ Elisabeth Noelle-Neumann hatte außerdem zusammen mit Friedrich Tennstädt eine Analyse erstellt, sie aber nur schriftlich als Aufzeichnungen – explizit nicht als Gutachten – eingereicht.⁶⁵ Diese Aufzeichnungen wie die Befunde Kaases wurden später publiziert.⁶⁶ Hinzu kamen die Beiträge junger CDU-Mitglieder zu der zukünftigen Ausrichtung und Grundlagen der CDU-Politik und ihrer Nachwuchsarbeit, wobei jene ebenfalls auf eine Umfrage, die bei Getas in Auftrag gegeben worden war, zurückgriffen.⁶⁷

Letztlich wuchs die Auswertung des SFK, die am Tag nach der Klausurtagung vorlag, auf 800 Seiten an. Neben der eigenen Analyse beinhaltete sie auch Kaases Untersuchung. Der Vorteil des Vergleichs der Ergebnisse der Forschergruppe an der Universität Mannheim, die hier zum ersten Mal unter dem Namen firmierte, bestand darin, daß beide Institute Panels für die Umfragen verwendet hatten.⁶⁸ Verschiedet wurde jedoch nur eine Kurzfassung der Bundesgeschäftsstelle. Konsequenzen wurden zunächst keine gezogen – im Tagesgeschäft lief alles weiter wie bisher.⁶⁹

Nachdem sich das Institut für den Wahlkampf voll in den Dienst der CDU gestellt und durch die Umfragen in eine Situation der Unglaubwürdigkeit manövriert hatte, konnte das SFK erst einige Monate nach der Wahl zu seinen ursprünglichen Planungen zurückkehren. Zu den bereits lange geplanten Untersuchungen gehörte eine noch von Elschner initiierte und bereits 1971 begonnene »Systemanalyse« der CDU. Sie wurde für eine komplette Organisationsanalyse genutzt, deren Arbeiten 1973 weitergeführt beziehungsweise in Teilen wiederholt wurden. Es wurden Abgeordnete aus Bund und Land sowie Funktionäre und Mitglieder durch Getas interviewt und die Organisationsstrukturen mit der Begründung durchleuchtet: »Eine Organisation, die sich nicht selbst der kritischen Prüfung unterzieht, muß sich zwangsläufig mit der Zeit von ihrem Leistungsoptimum entfernen.«⁷⁰ In ihr setzte

⁶⁴ Vgl. Memorandum Kaltefleiter an Kraske am 1.12.1972, ACDP VII-003-052/3. Kaltefleiter veröffentlichte seine Analyse 1973: W. KALTEFLEITER, Zwischen Konsens und Krise, 1973.

⁶⁵ Vgl. ihren Brief mit der Begründung, eine schriftlich vorliegende Analyse sei sinnvoller als eine mündliche, an das Präsidium und den BuVo der CDU am 19.1.1973, ACDP VII-003-053/3.

⁶⁶ Vgl. E. NOELLE-NEUMANN/F. TENNSTÄDT, Wahlrends in Deutschland, 1973; mit einer etwas anderen interpretatorischen Betonung, aber denselben Daten E. NOELLE-NEUMANN, Wahlentscheidung in der Fersehdemokratie, 1974. Für Kaases Interpretation vgl. seinen Aufsatz Bundestagswahl 1972, 1973.

⁶⁷ Vorliegende Beiträge waren: Gerd Langguth, »CDU und Jungwähler. Überlegungen zu einer langfristigen Konzeption einer Jugendarbeit der CDU«; Christian Schwarz-Schilling/Gerd Langguth, Büdigen, 22.1.73: »Überlegungen zu einer langfristigen CDU-Politik«, ACDP VII-003-053/3.

⁶⁸ Die Forschungsgruppe hatte 1972 erstmals auf das Infratest-Panel zurückgegriffen.

⁶⁹ Vgl. Hinweise zur Weiterleitung der BGSt-Analyse an die Bundestagsfraktion am 30.1.1973, ACDP VII-003-053/3.

⁷⁰ Brief des SFK am 30.7.1971, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet).

sich die Tendenz, auf die eigenen Mitglieder zu schauen, nach der ersten Analyse der internen Kommunikationsstrukturen Ende der sechziger Jahre weiter fort, um »[...] die Meinungen und Erfahrungen der Mitarbeiter, die schon länger in der Parteiarbeit stehen, kennenzulernen. Eine sinnvolle Analyse ist nur möglich, wenn in einem Gruppengespräch Ansichten und eigene Zielvorstellungen geäußert werden können.«⁷¹ Aus dieser Systemanalyse ging im Ergebnis hervor, daß die Entwicklung der CDU zu einer Mitgliederpartei kommunikativ nur über die Massenmedien zu leisten sei.⁷² Intern gingen diese Ansichten anscheinend unter, denn die Fertigstellung der Untersuchung fiel im Sommer 1973 in eine Phase der Neuorientierung der CDU. Die Ergebnisse könnten in spätere Überlegungen zur Vorbereitung der nächsten Wahl eingeflossen sein oder der Umstrukturierung der Bundesgeschäftsstelle 1973 gedient haben.

Mit der Wahl Helmut Kohls zum Parteivorsitzenden und Kurt Biedenkopfs zum Generalsekretär wurde der Generationswechsel an der Spitze der CDU endgültig vollzogen und das Ende der Nachkriegsgeschichte der CDU erreicht.⁷³ Kohl und Biedenkopf standen für einen Neuanfang, den sie symbolpolitisch und real umzusetzen wußten. Dazu wurden bereits vorhandene Ansätze weitergeführt.⁷⁴ Am sichtbarsten war dies in der Mitgliederwerbung und Qualifizierung der Mitarbeiter zu beobachten, die eine Professionalisierung zu einem eigenständigen Arbeitsbild, durch eine »Weiterbildung zum politischen Manager und politischen Berater«, erfuhr.⁷⁵ Hans-Jürgen Lange faßt diesen Umbruch 1973 in der Bemerkung zusammen, daß bis dahin »eine tiefgehende Neuformierung an die Grenzen der internalisierten Denkungsweise der altetablierten Parteielite« gestoßen war.⁷⁶ Auch in

⁷¹ Brief von Falke an BGSt am 2. 3. 1973, ACDP BGSt Göb: PAE/KAS, Ordner 14 (unverzeichnet). Darin enthalten sind auch gesammelte Unterlagen zur Durchführung der Studie.

⁷² Vgl. W. FALKE, Partei und Führung, 1974. Er baute diese Studie später zur einer großen Mitgliederuntersuchung aus: W. FALKE, Mitglieder der CDU, 1982.

⁷³ Letzteres ist nicht nur das Fazit bei D. BUCHHAAS, Die Volkspartei, 1981, S. 328 f. Für die Reorganisation der Partei und das Führungsgeschick Helmut Kohls vgl. im Überblick F. BÖSCH, Macht und Machtverlust, 2002, S. 108–133.

⁷⁴ Hans Jürgen Lange kommt zu einem zwiespältigen Ergebnis. Einerseits konstatiert er, hier sei der Wandel zur Ministerialbürokratie erfolgt, andererseits gelangt er in seiner Untersuchung der Organisationsstrukturen der CDU zu dem Schluß, daß die Reformen mit Blick auf die Arbeit der Bundesgeschäftsstelle lediglich fortgesetzt und an einigen Stellen »endlich« umgesetzt wurden. Dabei ist sich die (ältere) Sekundärliteratur einig, daß den beiden neuen Protagonisten der Wandel in der CDU als Verdienst angerechnet werden kann. Während Neuwahl und Programmatik der zwei darin ausführlich dargestellt werden, wird die Oppositionszeit der Jahre kurz beschrieben und schnell als »Übergangsphase« (Schönbohm) abgehakt. Nur folgte diese Übergangsphase der anderen Übergangsphase 1961–1969, so daß leider die Kategorien, was Reform und Übergang für die CDU bedeuten, verschwimmen, zumal im Gegenzug die beiden politischen Akteure in den Darstellungen Züge von Heilsbringern aus der Erstarrung in der Opposition erhielten. Vgl. H.-J. LANGE, Responsivität und Organisation, 1994, S. 144 ff., 149; W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 99–125; G. PRIDHAM, Christian Democracy, 1977, 188–203, 214 f.

⁷⁵ Vorlage auf der LGF-Konferenz am 14. 9. 1971, ACDP Protokolle LGF-Konferenzen (unverzeichnet); vgl. auch W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 160–190.

⁷⁶ H.-J. LANGE, Responsivität und Organisation, 1994, S. 146.

organisatorischer Hinsicht erfolgte 1973 eine Umstellung, bei der eine Vereinfachung der administrativen Struktur und eine stärker wissenschaftlich gestützte Arbeit im Vordergrund standen.

In der Umformierung der Bundesgeschäftsstelle stach eine neue, wiederum als Stabsstelle installierte »Planungsgruppe« heraus.⁷⁷ Diese Planungsgruppe schloß an Überlegungen aus den vorangegangenen Jahren zu einer von einer Unternehmergruppe bezahlten Expertengruppe an. Kaltefleiter unterrichtete den neuen Generalsekretär über den Stand der Verhandlungen bis 1972 und die sich nun bietenden Optionen. Er versuchte, Biedenkopf die Planungsgruppe in Abgrenzung von Planungsstab der Fraktion und Grundsatzkommission näher zu bringen:

»Während die Tätigkeit des Planungsstabes der Fraktion primär an den täglichen Arbeiten des Parlaments orientiert ist und die Grundsatzkommission stark im philosophisch-theoretischen Bereich tätig ist, könnte es Aufgabe dieses Gremiums sein, eine auf die Bundestagswahl 1976 und darüber hinauszielende Rahmenplanung politischer Konzeptionen zu erstellen.«⁷⁸

Als nächsten Schritt zur Wiederaufnahme der Gespräche mit den Industriellen legte er Heck im folgenden ein Gespräch mit dem als »Kontaktmann« bezeichneten neuen Fraktionsvorsitzenden Carl Carstens nahe.⁷⁹ Die neu entstehende Arbeitseinheit stand unter der Leitung des Politikwissenschaftlers und Soziologen Warnfried Dettling. Sie besaß eine rein beratende Funktion, denn sie sollte eine strategische Unterstützung auf wissenschaftlicher Basis gewährleisten.⁸⁰ Ihre Mitglieder rekrutierten sich aus der Zentrale, dem SFK und aus von außen hinzukommenden Akademikern. Diese Gruppe sollte Vorbild für weitere Bereiche der Arbeit in der Zentrale werden, um so das Hierarchieprinzip zum Zwecke bestmöglicher inhaltlicher Arbeit auszuhebeln. Damit und durch Neubesetzung von Stellen führte Biedenkopf eine Akademisierung der Bundesgeschäftsstelle herbei. Diese hatte durch die vorherigen Ansätze zu einer Verwissenschaftlichung durch die Auslagerung der wissenschaftlichen Mitarbeiter nicht stattfinden können, setzte sich aber nun auf breiterer Grundlage durch.⁸¹

Die Planungsgruppe abonnierte Pressedienste verschiedener Meinungsforschungsinstitute; jede irgendwie greifbare Information, der eine Relevanz zugemessen wurde, wurde intern an verschiedene Verteiler (die eigene Gruppe bis zum Bundesvorstand) herumgeschickt.⁸² Der Planungsstab wurde neben der Beobachtung

⁷⁷ Vgl. ebd., S. 149 ff.; Rundbrief des neuen BGF Karl-Heinz Bilke am 16. 8. 1973, Sonderhefter.

⁷⁸ Brief Kaltefleiter an Biedenkopf am 18. 9. 1973, ACDP I-022-035/2.

⁷⁹ Vgl. Brief Kaltefleiter an Biedenkopf am 18. 9. 1973 und Vermerk Kaltefleiter an Heck am 17. 12. 1973, ebd.

⁸⁰ Er hatte durch einen Vortrag zum Thema Demokratisierung zuvor bereits Kontakt zur Politischen Akademie in Eichholz gehabt. Vgl. Korrespondenz Dettling/Heck 1972, ACDP I-022-068/2.

⁸¹ Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 269.

⁸² Vgl. Sammlung verschiedenster Umfragen von ebenso unterschiedlicher Herkunft sowie u. a. Korrespondenz über das Abonnement des Pressedienstes von Infas Anfang 1974, ACDP VII-2375 demokratische Umfrageergebnisse 1973-1975 (unverzeichnet).

demoskopischer Untersuchungen selber demoskopisch aktiv und präsentierte 1976 die Ergebnisse seiner Überprüfung aller erhältlichen Umfragen.⁸³ Diese Umfragen, als objektive Belege dienend, sollten die Zuversichtlichkeit der CDU mit Blick auf die Wahl vermitteln, wenn auch inzwischen die Vielzahl an veröffentlichten Umfragedaten die Orientierung über »zuverlässige« Zahlen erschwerte. Die Planungsgruppe wurde als Expertengremium eingesetzt, um mit einer wissenschaftlich gesicherten Erkenntnis zu den Umfragen die Übersichtlichkeit wieder herzustellen. Diese Vorgehensweise blieb allerdings die Ausnahme. In der Regel veröffentlichte die CDU wie zuvor auch Umfragedaten in ihren eigenen Pressemeldungen wie auch denen des SFK, mit denen die eigene gute Bewertung und die schlechte Bewertung der anderen politischen Akteure und Parteien kundgetan wurden oder auch gegenüber den Zahlen der Konkurrenz Stellung bezogen wurde.⁸⁴

Die neue politische Führung der CDU verstand es, diese Veränderungen interpretatorisch aufzugreifen und für sich nutzbar zu machen. Biedenkopf stilisierte den Neuanfang zu einem Fanal für eine Neuorientierung der CDU, indem er eine semantische Umorientierung mit einem anderen, öffentlicheren und eher politischen Selbstverständnis als Generalsekretär verband.⁸⁵ Das Schlüsselwort dazu bildete der im November 1973 auf dem Bundesparteitag getätigte Aufruf, die »Begriffe zu besetzen«. Darin zeigte sich zum einen der Anspruch, die Themen und Kompetenzen, in denen die SPD nun in der Wählergunst vorne lag, wieder zurückzuerobern, und zweitens die Einsicht, daß dies mittels eines spezifischen Einsatzes der Sprache in der politischen Kommunikation zu erreichen war. Die Sensibilität für Sprache war seit dem Ende der sechziger Jahre gewachsen, als sich mit der Außerparlamentarischen Opposition neue Begriffe und Vorstellungen von Politik (»Das Private ist politisch«) verbanden, die die alte Begriffs- und Vorstellungshierarchien infrage stellten. Die CDU nahm diese Veränderungen als Bedrohung war, auf die Biedenkopf die adäquate Antwort fand, indem er auf die Deutungsebene wie auch auf die Medien rekurrierte. Damit weckte er auch die traditionelle Skepsis gegenüber den Medien. Die Besetzungsmetapher war jedoch keine abweisende Antwort darauf, sondern eine aktive Kampfkündigung.⁸⁶

Aus der Ankündigung Biedenkopfs ging die Arbeitsgruppe »Politik und Sprache« hervor. Eine ähnliche Arbeitsgruppe war unter dem Namen »Projektgruppe Semantik« bereits im hessischen Landtagswahlkampf 1970 aktiv gewesen. Federfüh-

⁸³ Die Gruppe suggerierte Wissenschaftlichkeit durch den Vergleich und die Abwägung der neuesten (veröffentlichten) Umfragen. Vgl. »Die Union wird die Wahl gewinnen«, Münchner Merkur vom 21. I. 1976.

⁸⁴ Vgl. »Halbe und ganze Zahlen«, Deutsches Monatsblatt 5/1976. Beispielsweise veröffentlichte das SFK zur Mobilisierung gedachte Umfragezahlen: »Sieg der Union hängt von Mobilisierung der Wähler ab«, Die Welt vom 15. II. 1972. Die auf Umfragen basierenden Pressemitteilungen der CDU wurden zum Teil der Pressedokumentation der CDU im ACDP, Stichwort Meinungsforschung, beigefügt.

⁸⁵ Vgl. G. PRIDHAM, Christian Democracy, 1977, S. 224 ff.; vgl. zum folgenden auch A. KRÜKE, Kampf um die Deutungshoheit, 2004, S. 314 ff.

⁸⁶ Vgl. J. KLEIN, »Begriffe besetzen«, 1991.

rend daran beteiligt war Peter Radunski gewesen. Zuvor hatte er beim WIKAS zu dem Thema Sprache und Politik gearbeitet.⁸⁷ Der 1973 von Biedenkopf als Leiter der Abteilung Öffentlichkeit eingesetzte Radunski verkörperte eine neue, wissenschaftlich vorgebildete Generation politischer Akteure, die bereits mit der demoskopisch begleiteten Politik Adenauers aufgewachsen war und für die diese Herangehensweise eine selbstverständliche Grundlage der Politik darstellte. Daß die Politische Akademie Eichholz noch vor dem Parteitag 1973 einen Materialband zu diesem Thema herausgegeben hatte, spricht für seinen hohen Stellenwert.⁸⁸ Die Arbeitsgruppe, in der Mitarbeiter der Bundeszentrale wie des SFK (Werner Kaltefleiter, Manfred Rabeneick und Wolfgang Falke) vertreten waren⁸⁹, holte sich jedoch bald einen Sprachwissenschaftler (Hans Messelken) dazu, doch gingen aus ihr keinerlei nachweislichen Papiere hervor. Sie wurde vor dem Bundestagswahlkampf eingestellt.⁹⁰ Auch die Bundestagsfraktion interessierte sich für den Zusammenhang von Sprache und Politik und ließ 1975 von Emnid eine Untersuchung zum sozialen Leistungsprofil durchführen. Dabei stellte sich heraus, daß seit 1973 nur wenige Begriffe durch die CDU »besetzt« worden waren. Diese Wahlkampfuntersuchung fand Eingang in die Überlegungen der Führungsgremien; sie wurde ebenso in der Planungsgruppe wahrgenommen.⁹¹ Trotzdem stellte Biedenkopf auf dem Bundesparteitag 1975 der Agenda, Begriffe zu besetzen, ein gutes Zeugnis aus. Dazu berief er sich auf »neutrale« Umfragen, die seine Aussagen legitimierten, obwohl er damit zugleich eine gewisse Problematik attestierte.⁹²

Eine Grundlage der politischen Sprachkritik bildete die Demoskopie. Sie hielt durch Assoziations- und Begriffstests quantitativ wie qualitativ die jeweiligen Verbindungslinien und Bedeutungen fest. Erst auf dieser Grundlage wurde der Wandel des Begriffes oder seine Zuschreibung zu einer anderen Partei politisch manifest. Dies hatte die Planungsgruppe erkannt und nutzte es, wobei sie insbesondere auf die in die fünfziger Jahre zurückreichenden Erfahrungen des IfD in Bezug auf Be-

⁸⁷ Vgl. P. RADUNSKI/A. NIEMETZ, Die Anlage des Landtagswahlkampfes, 1971; »Bestimmte Zeichen«, Der Spiegel Nr. 31 vom 5.8.1974; Radunski war z.B. am Projekt »Contentanalyse« des WIKAS beteiligt, vgl. dazu auch Kap. 2.3.c, S. 137, Fn. 108; vgl. für Radunskis Aufstieg zum wichtigsten Wahlkampfmanager unter Kohl mit speziellem Blick auf die Medien P. RADUNSKI, Wahlkampf in den achtziger Jahren, 1986; ders., Wahlkämpfe, 1980.

⁸⁸ E. VON PETERSDORFF, Politik und Sprache, 1973.

⁸⁹ Kaltefleiter sorgte dafür, daß zwei weitere Mitarbeiter des SFK überhaupt hinzugezogen wurden. Vgl. seine Anfrage an Heck am 3.5.1974, ACDP I-022-036/2.

⁹⁰ Für die Arbeitsgruppe vgl. J. KLEIN, »Begriffe besetzen«, 1991, hier S. 48f.; M. BEHRENS/W. DIECKMANN/E. KEHL, Sprachkampf, 1988, insbes. S. 220, 223f.; für wissenschaftliche Sprachkritik vgl. W. DIECKMANN, Sprache in der Politik, 1969; H. LÜBBE, Streit um Worte, 1967; W. BERGS DORF, Herrschaft und Sprache, 1983; ders. (Hrsg.), Wörter als Waffen, 1979. Letzterer war auch Mitglied der AG und faßte ihre Erkenntnisse zusammen: W. BERGS DORF, Politik und Sprache, 1978.

⁹¹ Vgl. Untersuchung zum »sozialen Leistungsprofil der Union« 1975, ACDP VII-2375 demoskopische Umfrageergebnisse 1973–1975 (unverzeichnet); vgl. auch »Die Union macht sich Sorgen um ihr soziales Image«, Die Welt vom 22.10.1975.

⁹² Vgl. CDU-Bundesgeschäftsstelle (Hrsg.), Protokoll: 23. Bundesparteitag, 1975, S. 170 f.

griffs- und Assoziationstests zurückgriff. Die Arbeiten Elisabeth Noelle-Neumanns wurden mit besonderer Aufmerksamkeit verfolgt und verbreitet.⁹³ Insbesondere ihr Deutungsangebot zum Verlust der Wahl 1972 stieß auf offene Ohren. Nach längerer Beschäftigung mit dem Zusammenhang von Meinungsbildung und sozialer Kontrolle unterbreitete sie auf der Grundlage ihrer Umfragebefunde ein spezifisches Deutungsangebot, das unter dem Stichwort der »Schweigespirale« bekannt wurde und schließlich zu einer Art Theorie heranwuchs.⁹⁴ Zum ersten Mal prominent verwendet hatte Richard Nixon diese Formel der »silent majority« in Bezug auf den Vietnamkrieg in einer Fernsehansprache 1969, mit der er versucht hatte, die Unterstützer seines politischen Kurses zum offenen Bekenntnis dazu zu motivieren.⁹⁵ Im Kern besagte diese Annahme einer schweigenden Mehrheit, daß sich Meinungen anhand spezifischer (fehlerhafter) Beobachtungen herausbilden, die dazu führen, daß Menschen aus Angst davor, aus dem sozialen Zusammenhang ausgeschlossen zu werden, ihre Meinungen verschweigen oder sich sogar der anderen Meinung anschließen. Dieses Phänomen des Verschwindens einer Gegenmeinung träte auf, wenn die Wahrnehmung zu der Annahme führe, in der Minderheit zu sein – ohne es tatsächlich zu sein, was eben die Meinungsforschung aufzeigen könne. Die Rollen verteilte Noelle-Neumann in ihrer Interpretation so, daß die SPD die dominierende Minderheit und eben die CDU die schweigende Mehrheit sei.

Dieses Deutungsangebot entlastete die CDU und wies indirekt den Weg, wie der Mehrheit wieder »zu ihrem Recht« verholfen werden könnte. Zur nächsten Wahl sollten die Mitglieder motiviert werden und im folgenden in der Öffentlichkeit für die CDU eintreten.⁹⁶ Diese Deutungen überzeugten die Bundes-CDU, das IfD unter Vertrag zu nehmen, nachdem das Institut in den Jahren zuvor für verschiedene CDU-Landesregierungen tätig gewesen war, u.a. auch für die rheinland-pfälzische Staatskanzlei. Mit Daten des IfD und auch des SFK konnten die Aussagen über eine erstarkende CDU öffentlichkeitswirksam untermauert werden. Daneben stieß Elisabeth Noelle-Neumann mit den Stichworten der »Tendenzwende« und der »Reformmüdigkeit« in dasselbe Horn.⁹⁷

Das IfD zog für die Vorbereitungen auf die Bundestagswahl 1976 Untersuchungen zur Länderebene heran. Insbesondere Nordrhein-Westfalen wurde aufgrund der angeblichen situativen Ähnlichkeit mit der Bundesebene als symbolische Wahl aufgegriffen. Zumindest war es das Land mit dem stärksten sozialdemokratischen Zu-

⁹³ Vgl. verschickte Artikelsammlung in ACDP VII-2375 demoskopische Umfrageergebnisse 1973–1975 (unverzeichnet); vgl. für die demoskopische Verarbeitung von Begriffen Kap. 4.2.c.

⁹⁴ Vgl. E. NOELLE-NEUMANN, Die Schweigespirale, 1974; dies., Die Schweigespirale, 1980.

⁹⁵ Elisabeth Noelle-Neumann hat sich davon vielleicht inspirieren lassen – sie behauptete später, die Idee zur Schweigespirale sei ihr im Rahmen der Studentennunruhen und ihren damit zusammenhängenden Erlebnissen an der Universität gekommen. E. NOELLE-NEUMANN, Fortschritt der Publizistikwissenschaft, 1997, hier insbesondere S. 54 ff.; vgl. M. J. ROSENBERG/S. VERBA/P. E. CONVERSE, Vietnam and the silent majority, 1970.

⁹⁶ Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 288, 290; »Regiebücher« der BGSt für den Wahlkampf: CDU-Bundesgeschäftsstelle (Hrsg.), »Mitgliederwerbung«, 1976.

⁹⁷ Vgl. dazu mehr im Kap. 5.3.b.

gewinn in den Wahlen davor gewesen. Im Nachgang zu der dortigen Landtagswahl, aber auch zu weiteren Landtagswahlen 1974 und 1975 erstellte das IfD Studien zur Motivation der Wählerschaft, immer mit dem Blick auf die bundesweite Bedeutung.⁹⁸ Für die Untersuchungen leitend war das Motiv der (vermuteten) »dynamischen« Motive der Wähler, deren Verhalten über die als Erfolg und Mißerfolg bewertete Repräsentation politischer Wählererwartungen durch die Parteien definiert wurde.⁹⁹ In weiteren Umfragen, die auf die Untersuchungen 1974 und 1975 aufbauten, fand das Institut beispielsweise die Bestätigung, daß die Bevölkerung sich nicht politisch repräsentiert fühlte. Es forderte als Konsequenz für den CDU-Wahlkampf ein, dem konstatierten Ohnmachtgefühl des Wählers durch Menschlichkeit, der Ansprache des Lebensgefühls und der Wahrnehmung des Alltags sowie der Möglichkeit zur Partizipation entgegenzuwirken.¹⁰⁰ Diese eindeutigen Schlußfolgerungen ergaben sich für Elisabeth Noelle-Neumann in erster Linie aus Begriffs- und Assoziationstests, die durch die Abfrage ganzer Slogans wie »Freiheit statt Sozialismus« ergänzt wurden.¹⁰¹ Es wurden verschiedene Zielgruppen wie Frauen und Jungwähler untersucht und als »defizitär« angesprochen erklärt, ebenso wie potentielle Wechselwähler der SPD.¹⁰² Das IfD kümmerte sich desweiteren um von der CDU vergessene Themen und hatte somit eine Art »Alarmfunktion« für die CDU inne. Die Ratschläge wurden zu einem großen Teil beherzigt: Die CDU veränderte (im Gegensatz zur CSU) den untersuchten Slogan nur leicht und präsentierte ihn als »Freiheit oder Sozialismus«, Kohl wurde als menschlicher und sympathischer Politiker dargestellt, den Sympathiebonus der Image-Umfragen nutzend. Außerdem wurde die Kommunikation auch an der Basis stringent organisiert: Erstmals wurden die Kreisverbände direkt durch die Bundesgeschäftsstelle mit Material beliefert, was als Bedeutungszuwachs der Mitglieder und bessere und direktere Kommunikation mit der Basis, aber auch als eine erfolgreiche Zentralisierung durch eine ausgebaut und weiter professionalisierte Bundeszentrale betrachtet werden kann.¹⁰³

Die Nutzung der demoskopischen Daten seitens der CDU und ihr allgemeiner Einsatz im Wahlkampf 1976 führten dazu, daß insbesondere Helmut Kohl eine Affinität zur Demoskopie unterstellt wurde. Dieser reagierte darauf, indem er zu verschiedenen Gelegenheiten auf die Vor- und Nachteile der Demoskopie einging und

⁹⁸ Vgl. »Analyse der Landtagswahl im Hinblick auf die Bundestagswahl 1976«, November 1975, ACDP VII-Allensbach, Wählermotivation in NRW 1975 (unverzeichnet).

⁹⁹ Vgl. Leitstudie des IfD in ebd.

¹⁰⁰ Vgl. IfD Bericht vom 12.7.1972: »Machtlosigkeit und Unterrepräsentation des Wählers«, ACDP VII-1682 Allensbach: Politische Berichte (unverzeichnet).

¹⁰¹ Vgl. IfD-Bericht vom 5.8.1976: »Freiheit statt Sozialismus«, ebd.

¹⁰² Vgl. komplette Serie und insbesondere den IfD-Bericht vom 14.7.1976: »Das Portrait des CDU/CSU-Potentials unter den politisch desinteressierten SPD-Wählern«, ebd.

¹⁰³ Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, 137 f.; für die CDU-Werbung im Wahlkampf 1976 vgl. M. BETHSCHNEIDER, Wahlkampfführung und politische Weltbilder, 1987, hier zum Begriffspaar Freiheit/Sozialismus S. 167–173; demgegenüber verläßt sich Holtz-Bacha auf die Beschreibungen Elisabeth Noelle-Neumanns, C. HOLTZ-BACHA, Wahlwerbung als politische Kultur, 2000, S. 120 f.

sich von einer starken Nutzung distanzierte. Helmut Kohl stellte sich in die Tradition anderer politischer Akteure und deren offizieller Verhältnisse zur Demoskopie, indem er die Bedeutung der Meinungsforschung für politisches Handeln bestritt, sie andererseits jedoch in einem ausbalancierten Maße für nützlich erklärte.¹⁰⁴

Während das IfD mit seiner Beratung die CDU stark in ihrer Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit beeinflusste, erlitt das SFK 1973 dahingehend einen abrupten Bedeutungsverlust. Es lieferte allerdings nach wie vor die Grundlagendaten. Das SFK untermauerte seinen Anspruch durch eine methodische Erweiterung, die zur Basis der Informationen für die Wahlsoziologie, für Trendumfragen sowie für sozialwissenschaftliche Sonderuntersuchungen wurde. Das Institut entwickelte eine Untersuchung, in der bundesweit gefragt, aber länderspezifisch ausgewertet wurde. In der sogenannten Länderstudie 1973 ging eine Umfrage mit einem repräsentativen Sample ins Feld, das es erstmals erlaubte, die verschiedenen Länder direkt vergleichen zu können, denn zuvor waren Umfragen mit je eigenem Fragebogen und Sample durchgeführt worden.¹⁰⁵ Außerdem sparte dies viel Geld, da nicht für jede Länderstudie ein neues Design erstellt werden mußte. Daneben zollte es der erhöhten Aufmerksamkeit für Landtagswahlen ab dem Beginn der siebziger Jahre seinen Tribut. Die Studie wurde 1974 und 1975 (zeitlich parallel zu den Untersuchungen des IfD) wiederholt und zielte ganz offenbar darauf, bundesweite Entwicklung regional-spezifisch erfassen zu können, nachdem die entsprechend ausgerichtete Werbung von der CDU im Bundestagswahlkampf 1972 entdeckt worden war.¹⁰⁶ Dennoch war der Trend zu einer universitär ausgerichteten Forschung unverkennbar. Die Länderspezifik, auf die die CDU direkt zugreifen und deren Ergebnisse in Kommunikation umsetzen konnte, bot den einzig neuen Anknüpfungspunkt für die CDU. Alle weiteren Daten waren für aktuelle Fragen nicht nutzbar oder bedurften einer explizit politischen Interpretation, wie sie allerdings vom SFK seit dem Fehlschlag Kaltefleiters nicht mehr geliefert wurde. Zumindest galt dies für die Studien; verschiedene Mitarbeiter waren je nach Expertise in unterschiedliche Projektgruppen eingebunden.

Die Arbeitsaufgabe des SFK verschob sich schleichend. An diesem Wandel änderte auch eine neue Aufgabenteilung 1974 nichts, bei der die vorherigen Arbeitsbereiche Wahl- und Medienforschung in einem Bereich »empirische Sozialforschung« gebündelt und zwei neue Bereiche zu politikwissenschaftlichen Grundsatzfragen mit Forschungen zum internationalen Parteiensystem und Außenpolitik als Bündnis- und Sicherheitspolitik geschaffen wurden. Diese Verschiebung bezeugte einen Bedeutungsverlust für die empirische Forschung. Nach dem Boom der quantitativen

¹⁰⁴ Vgl. beispielsweise seine Aussagen dazu: Interview mit Helmut Kohl (und Helmut Schmidt) »zum Aussagewert demoskopischer Daten« in der ARD, »Bilder aus der Wissenschaft«, 26. 8. 1976, 20.15 Uhr; dpa-Meldung vom 16. 9. 1976: »Kohl: Meinungsumfragen nicht überbewerten« (beide: Pressedokumentation ACDP, Stichwort Meinungsforschung); vgl. darüber hinaus H. KOHL, Politik und Demoskopie, 1981.

¹⁰⁵ Vgl. Angaben zum SFK in Konrad-Adenauer-Stiftung, Jahresbericht 1974, 1975, S. 5.

¹⁰⁶ Vgl. Kraske im BuVo am 21. 8. 1972, S. 8, ACDP BuVo-Protokolle 1972.

Forschung und der kybernetischen Planungseuphorie wurde sie scheinbar zwangsläufig auf ein ›Normalmaß‹ zurückgeführt. Davon profitierten ältere politikwissenschaftliche Ausrichtungen – ganz so wie im Forschungsbetrieb. In diesem Sinne entwickelte sich das SFK zu einem Beratungsinstitut in Grundlagenfragen und für solche Aufgaben, die einer umfassenden Bearbeitung bedurften.¹⁰⁷ Dazu gehörte typischerweise auch das Engagement (mit einigen politischen Fragen) in der der ersten bundesdeutschen ALLBUS-Umfrage 1976, die von Getas durchgeführt wurde. Ab dem folgenden Jahr wechselte sich Getas mit Infratest ab. Dieses Engagement beglaubigte gewissermaßen die universitäre Orientierung, die durch den Wechsel von Werner Kaltefleiter zu Dieter Oberndörfer 1976 seine Fortsetzung mit einem noch stärker politikwissenschaftlichen Einschlag und einem Fokus auf internationale Entwicklungspolitik fand. Die Einwerbung von Drittmitteln tat ihr Übriges. Jedoch übten sich beide, alter wie neuer Leiter, während des Wahlkampfes in publizistischer Interpretation ihrer jeweiligen demoskopischen Ergebnisse: Kaltefleiter tauchte mit den Untersuchungen, die er an seinem Lehrstuhl in Kiel fortsetzte, in verschiedenen Medien auf, während Oberndörfer eine Reihe in der *Welt* erhielt.¹⁰⁸ Doch diese Äußerungen blieben für Oberndörfer ein kurzes Intermezzo.

Die Verwissenschaftlichung der politischen Kommunikation der CDU hatte das SFK mit dem Wahlkampf 1972 in eine Situation gebracht, in der es von der CDU betrachtet wurde wie andere Beratungsinstitutionen auch: als Dienstleistung unter machtpolitischen Perspektiven. Dementsprechend reduzierte sich die unmittelbar politische Rolle des SFK ab 1973. In dieser Hinsicht verschob sich das Verhältnis zwischen CDU und SFK zugunsten des IfD.

c) *Die Pluralisierung demoskopischer Beobachtung in der CDU 1977–1989*

Die Wahl 1976 hatte die CDU trotz des guten Ergebnisses verloren. Dies änderte aber nichts an der Handhabung politischer Beratung durch die Demoskopie in den folgenden Jahren. Die CDU setzte ab der zweiten Hälfte der siebziger Jahre auf eine Konsolidierung der Mitgliedschaft, die zuvor ihren größten Zuwachs erlebt hatte. Dazu mußte sie jedoch wissen, wie diese Mitgliedschaft aussah. Dafür verließ sie sich nicht allein auf die Beobachtungsfähigkeit der Organisation, sondern griff dafür auf das SFK zurück. Diese Studie übernahm der für Meinungsforschung zuständige Mitarbeiter im Planungsstab, Wolfgang Falke, der bereits zu Beginn der siebziger Jahre die »Systemanalyse« der CDU, die erste Mitgliederbefragung, durchgeführt

¹⁰⁷ Dazu zählten Untersuchungen von Zielgruppen (Studenten, Jugend, Frauen, Arbeitnehmer, Wohnbevölkerung in Hochhäusern) und Studien zur wissenschaftlichen Qualität von Blitzumfragen: Vgl. Konrad-Adenauer-Stiftung, Jahresbericht 1975, 1976, 79 ff.; dies., Jahresbericht 1976, 1977, S. 63; »Die Jugend wählt eher sozialdemokratisch«, FAZ vom 29.7.1975; »Einwände gegen telefonische Meinungsbefragungen«, dpa-Meldung, 20.9.1975 (Pressedokumentation ACDP).

¹⁰⁸ Vgl. zum publizistischen Verhalten der Demoskopie Kap. 5.3.b und auch A. KRÜKE, Kampf um die Deutungshoheit, 2004, S. 320 ff.

hatte.¹⁰⁹ So blieb prinzipiell die Funktion einer in Grundsatzfragen den CDU-Vorstand beratenden Funktion des SFK durch Datenlieferung und Beschreibung der politischen Situation in Trendberichten bestehen. Das SFK legte auch weiterhin spezifische Wahlanalysen vor.¹¹⁰

Elisabeth Noelle-Neumann sorgte parallel für eine erneute Belebung der Schweigespiralen-Theorie mit der Behauptung, diesmal hätten sich die Medien, denen sie ohnehin im Kontrast zur Mehrheit der Medienwirkungsforscher eine enorme und meinungsverändernde Wirkung zusprach, auf die Seite der Regierung gestellt und so eine erneute Schweigespirale produziert.¹¹¹ Damit griff die Interpretation auch das traditionelle Mißtrauen gegenüber den Medien auf. Schließlich konnte sich die CDU als Partei erneut mit einer in Richtung einer Manipulationsthese gehenden Erklärung ihre eigene Leistung im Wahlkampf entlasten. Das IfD tröstete die CDU zudem mit einer Nachwahluntersuchung, in der festgestellt wurde, daß die CDU ihre Mitglieder besser mobilisiert habe als die SPD, diese also auf ihrem eigenen Terrain der Mitgliederpartei geschlagen habe.¹¹² Damit blieb Noelle-Neumann mit ihrer Beratungstätigkeit weiterhin für die CDU in ihrer politischen Kommunikation wegweisend. Sie schlug sich 1979 in dem Machtkampf zwischen dem nunmehr ehemaligen Generalsekretär Biedenkopf und Helmut Kohl auf die Seite Kohls, als sie einem internen Memorandum Biedenkopfs zur Lage der CDU widersprach.¹¹³

Mitte der siebziger Jahre machte sich eine Verschiebung in der Betrachtung der Meinungsforschung bemerkbar, die vor allem (aber nicht nur) mit dem Namen Noelle-Neumann und ihrem öffentlichen Auftreten als ausgesprochene Meinungsmacherin verbunden wurde. Die Folgen der demoskopischen Verausgabung in der Öffentlichkeit des Wahlkampfes 1976 drückten sich auch in dem Beitrag Oberndörfers in einem Analyseband zum Wählerverhalten zur Wahl 1976 aus. Darin nahm er eine vermittelnde Position zwischen den Befürwortern und harten Gegnern der Nutzung politischer Demoskopie ein, die die Erwartung an die Meinungsforschung deutlich herunterschraubte und gleichzeitig die mögliche Verlässlichkeit des Instruments bei einer wissenschaftlichen Handhabung hervorhob.¹¹⁴ Innerhalb der CDU machte sich die Tendenz bemerkbar, neue Institute in die Beratung einzubinden. Nachdem dies für die Bundestagswahl 1976 das IfD gewesen war, kam es im Vorfeld des Wahlkampfes zur Wahl 1980 zu Auseinandersetzungen mit der CSU. Bis dahin hatte sie die Untersuchungswünsche der CDU in Bezug auf Bundesangelegenheiten mitgetragen. Durch die Kanzlerkandidatur Franz Joseph Strauß' beanspruchte die

¹⁰⁹ Daraus ging auch eine Veröffentlichung hervor: W. FALKE, Mitglieder der CDU, 1982; vgl. Kap. 2.4.b, S. 155 f. und Kap. 4.2.d, S. 426 f.

¹¹⁰ Vgl. Beiträge in D. OBERNDÖRFER (Hrsg.), Wählerverhalten in der BRD, 1978.

¹¹¹ Vgl. E. NOELLE-NEUMANN, Doppelter Meinungsklima, 1977.

¹¹² Vgl. für die Studie W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 293.

¹¹³ Vgl. »Wie steht es um die CDU?«, Rheinischer Merkur vom 2. 3. 1979; für die Auseinandersetzung vgl. F. BÖSCH, Macht und Machtverlust, 2002, S. 117.

¹¹⁴ Vgl. D. OBERNDÖRFER, Politische Meinungsforschung und Politik, 1978.

bayrische Schwesterpartei der CDU eine stärkere Mitsprache bei der Auswahl des Instituts. Sie hatte selber ihre Nutzung der Demoskopie seit der Reform der CSU 1970 verstärkt. Dazu hatte sie Gerhard Elschner und mindestens eine Mitarbeiterin des WIKAS, die zur Hanns-Seidel-Stiftung abgeworben worden war, für sich gewinnen und die politische Kommunikation darüber professionalisieren können.¹¹⁵ Das Know How nutzte sie nun dazu, eigene Vorstellungen zur demoskopischen Beobachtung einzubringen. So befürwortete die CSU das von ihr regelmäßig genutzte Frankfurter Institut »Contest« (Contest-Census), während sich die CDU für das IfD, das in seinen üblichen Begriffsuntersuchungen (»Politik und Glück«, »Politik für die Freiheit – Glück für die Menschen«) bereits Vorschläge zu Gestaltung und Konzept des Wahlkampfes entwickelt hatte, aussprach.¹¹⁶ Doch trotz seiner Ratschläge erhielt das Institut keinen Auftrag für den Wahlkampf, so daß hauptsächlich Contest den Wahlkampf 1980 vorbereitete. Zusätzlich fand eine plurale Beratung durch Demoskopien verschiedener Institute statt, diesmal im Vorfeld der Wahl und nicht erst zur Analyse des Ergebnisses. Im Rahmen einer Klausurtagung für den Wahlkampf 1980 wurden Vertreter von Contest, Emnid, des IfD und der FGW für eine Präsentation ihrer Untersuchungsergebnisse und der Diskussion einer darauf aufbauenden möglichen Wahlkampfstrategie geladen. Das IfD verbreitete beispielsweise die Ansicht, konservative Werte hätten sich in ihrer Bewertung verbessert, auch wenn der Begriff weiterhin Antipathien auslöse. In diesem Zusammenhang verwiesen sie auf andere Möglichkeiten der Ansprache: »In dem Zusammenhang machte Allensbach deutlich, daß auch das Thema ›Gastarbeiter‹ in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen könne.«¹¹⁷ Man war sich einig, daß die Aussichten auf einen Erfolg schlecht aussahen. Zudem herrschte Konsens darüber, daß zum Beispiel die Strategie, Helmut Schmidt als unter dem Einfluß der Linken stehend zu präsentieren, wirksamer sein dürfte als ihn selber als links darzustellen.

Mit dieser Konstellation einer pluralen demoskopische Beobachtung im Auftrag der CDU war die demoskopische Beratung in den achtziger Jahren vorgezeichnet. Das IfD stellte das favorisierte Institut der CDU dar, dessen Interpretationslinien weiterhin übernommen wurden und dessen Beratung wie zum Beispiel im Wahlkampf 1983 gefragt war, als Elisabeth Noelle-Neumann in der Wahlkampf-Kommis-

¹¹⁵ Aussage laut Interview mit Gerhard Elschner am 4. 11. 2002. Als aus dem WIKAS stammende Mitarbeiterin konnte Dorothea Schneider identifiziert werden, die in der Stiftung die Demoskopie betreute und für die entsprechende Beratung der CSU zuständig war. Vgl. G. PAULI-BALLEIS, Polit-PR, 1987, hier S. 290, 316–323 zur Umfrageforschung der CSU.

¹¹⁶ Vgl. die Verbreitung der IfD-Ideen in »Mit der Stoppuhr ins Unbewußte«, Der Spiegel Nr. 43 vom 23. 10. 1978. Contest war im übrigen von einem der DIVO-Gründer (Woldemar Walter) aufgebaut worden.

¹¹⁷ Notiz zur Klausurtagung von Ockenfels am 8. 7. 1980 an den Bundesgeschäftsführer: »Protokoll der WK-Klausur in Bitburg, hier: Vortrag der Meinungsforscher«, ACDP VII-3600 CDU-BGF, Abt. Analysen: Umfragen (unverzeichnet). Es waren anwesend: Dr. Jung (Contest), Werner Tacke (Emnid), Gerhard Herdegen (IfD); Wolfgang Gibowski von der FGW war verhindert.

sion saß.¹¹⁸ Im Gegensatz zum SFK bot das IfD eine politisch erfolgreiche demoskopische Beratung. Mit diesem Institut begab sich die Bundesgeschäftsstelle in Hinsicht auf Institut, Beratungsart und Nutzungsweise in die Beratungsbahnen der fünfziger Jahre, nur daß es sich diesmal um die Bundesgeschäftsstelle und nicht um das Bundespresseamt als Zentrum der Beratungen handelte. Aber auch andere Institute wie die FGW als universitäres Institut, Emnid als ein altes erfahrenes Umfrageinstitut und neue Institute wie Basis Research (Frankfurt), dessen Schwerpunkt auf qualitativer Forschung lag, gehörten nun zum festen Kreis der Berater, wenn sie auch ›nur‹ im Zusammenhang mit generellen Fragestellungen zu Vorträgen und Diskussionen eingeladen wurden.¹¹⁹ Damit erhielt sich die grundsätzliche Konstellation einer festen, auf demoskopische Beratung basierenden Verbindung zu einem Institut (SFK) und einer beratenden Person für die CDU beziehungsweise für Helmut Kohl (Noelle-Neumann), wobei die Partei aber auch die generelle Expertise anderer Institute suchte.

Die Methode der Meinungsforschung hatte sich bei der CDU als Mittel zur Selektion von Kommunikationsentscheidungen etabliert, zu der sie die unterschiedlichen Angebote der Institute unter fortgesetzter Nutzung einer ›Gutachten/Gegengutachten-Situation‹ aufgriff. Diese Situation wurde jedoch konterkariert von der persönlich auf Helmut Kohl zugeschnittenen und damit vertrauensbasierten Beratung. Diese unterlag genauso wie die restliche Demoskopie einer weitgehenden medialen Beobachtung, wobei die beteiligten Personen eine große Rolle spielten. Das beschriebene Beratungsszenario evozierte Vorstellungen von Politik als Entscheidung im Arkanum, bei der die Demoskopien den Part der Träger des entscheidenden Geheimwissens übernahmen.¹²⁰

Die Bundesgeschäftsstelle mußte ab 1982 nicht mehr länger die alleinige Last der Finanzierung und Arbeitsorganisation leisten, da die CDU nach dem Machtwechsel erneut auf das Bundespresseamt als Dreh- und Angelpunkt der Öffentlichkeitsarbeit ausweichen und nach eigenen Vorgaben die Auftragserteilung gestalten konnte. Auf diese Weise wurde die Pluralisierung weiter ausgebaut, indem bei vielen Instituten die demoskopischen Dienste nachgefragt wurden. Allerdings erhielt erneut das IfD den Löwenanteil.¹²¹ Die Pluralität der Nutzung demoskopischer Daten durch die CDU führte auch zu einer Zusammenarbeit der Institute, wie sie aus Anlaß der Bundestagswahl 1987 Elisabeth Noelle-Neumann und das SFK unter der Leitung von Hans-Joachim Veen bei der Auswertung von Wahlkampf und Ergebnis betrieb-

¹¹⁸ Vgl. für Untersuchungen für den Wahlkampf 1987 ACDP VII-Umfragen und Wahlergebnisse 1985–1987 (unverzeichnet).

¹¹⁹ Vgl. Verhandlungen über ein Angebot von Basis Research 1989 mit Hans-Joachim Veen, Diskussion über eine Emnid-Wahlanalyse 1987, ebd.

¹²⁰ So wurde einem angeblichen Wechsel der Hauptberatungsperson Kohls von Elisabeth Noelle-Neumann zu Wolfgang Gibowski eine hohe Aufmerksamkeit zuteil. Vgl. »Aus für die Pythia«, Der Spiegel Nr. 21 vom 22. 5. 1989. Ob ein »System Kohl« in der Meinungsforschung existierte, kann aufgrund des beschränkten Archivzugangs nicht geklärt werden.

¹²¹ Vgl. für die Angaben dazu Kap. 3, 4 und Tabelle 2, S. 76.

ben.¹²² An dieser Praxis der Inanspruchnahme mehrerer Institute und deren aufeinander abgestimmte Untersuchungen änderte sich auch zur Wahl 1990 nichts, obwohl die Beobachtungseinheit sich vergrößerte, demoskopische Erkenntnisinteressen sich verschoben und sich eine Unsicherheit bezüglich der Zuverlässigkeit aufgrund fehlender Erfahrungswerte für die neuen Bundesländer einstellte. Eine weitere verunsichernde Besonderheit der Bundestagswahl vom 2. Dezember 1990 bildete die wahlrechtliche Aufteilung des erweiterten Gebietsstandes seit dem 3.10.1990 in zwei Wahlgebiete, mit der Folge der erleichterten Überwindung der nur im jeweiligen Wahlgebiet geltenden Fünfprozentklausel.

Die Meinungsforschung der CDU hatte sich im Laufe der siebziger Jahre stark verändert. Die Konstellation mit der nahezu monopolartigen Stellung des SFK wandelte sich zu einer pluralen Institutsnutzung, während die Daten gleichzeitig weiterhin geheim gehalten, aber auch stärker gezielt öffentlich dargestellt wurden. Die CDU trug mit der Pluralisierung und Öffnung dem Wandel der öffentlichen Sichtbarkeit von Meinungsforschung Rechnung, ohne auf die Vorstellung einer Steuerungsmöglichkeit mit Hilfe demoskopischen Wissens zu verzichten.

Die Entwicklung war ursprünglich von einer dezidierten Steuerungsmöglichkeit durch Meinungsforschung ausgegangen. Die Demoskopie hatte sich schnell in den Dienst der Bundesregierung als Instrument zur Information und Steuerung stellen können, während die Bundesgeschäftsstelle der CDU aufgrund ihrer geringen Ressourcen darauf erst nach der Bundestagswahl 1953 zugreifen konnte. Die vertragliche Verbindung mit Emnid brachte ihr nicht nur in der Informationsgewinnung Nutzen. Ebenso erlangte sie Steuerungsinstrumente bezüglich ihrer internen Organisation. Gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut stellte die Bundesgeschäftsstelle ihre Ressourcen für Untersuchungen für Landtagswahlen ihren Untergliederungen zur Verfügung und erhielt im Gegenzug Eingriffsmöglichkeiten. Zur Legitimierung der Durchsetzung der Demoskopie diente das Argument der Wissenschaft. Von Beginn der sechziger Jahre an emanzipierte sich die Bundesgeschäftsstelle vom Institut, da sie zunehmend ihr eigenes Wissen und eigene Vorstellungen von verwissenschaftlichter Politik entwickelte. Schließlich ließen sich Pläne, ein eigenes Institut zu gründen, durchsetzen. Die Öffentlichkeitsarbeit der CDU wurde hierin ausgelagert und einer expliziten Verwissenschaftlichung zugeführt. Dieses Experiment entwickelte sich dahingehend, daß das WIKAS die Demoskopie, aber auch die interne Organisation und Kommunikation beobachtete und einer ›Supervision‹ unterzog, gleichzeitig der wissenschaftliche Anspruch jedoch von dem direkten Bezug auf machtpolitische Ansprüche der CDU wegfürte. Dies wurde nach der Umstrukturierung des Instituts zu dem stärker universitär ausgerichteten SFK deutlich. Die CDU, die sich zwar an die Demoskopie als wissenschaftliches Lenkungsinstrument gewöhnt hatte, sich aber auf die demoskopischen Beobachtungen als Regelbeobachtungen nur soweit verließ, wie sie selber die Umwelt wahrnahm, orientierte sich mit

¹²² Vgl. H.-J. VEEN/E. NOELLE-NEUMANN (Hrsg.), Wählerverhalten im Wandel, 1991.

den innerparteilichen Reformen wieder stärker an kommerziellen Instituten, so daß hier eine Pluralisierung der Nutzung demoskopischer Beobachtung zu konstatieren war. Diese ging insgesamt mit einer Verstärkung der demoskopischen Beobachtung einher. Die Verwissenschaftlichung der Parteipolitik entwickelte sich in ihren Phasen der Nutzung als Steuerungsinstrument, Übernahme der damit verbundenen Weisen der Beobachtung als wissenschaftliche Hilfestellung der Politik und einer erst darauf folgenden Verankerung im Denkstil der CDU entlang der methodischen Angebote der Meinungsforschung. Zunächst mit dem Methodenprogramm der Schichtungsforschung bestückt, erweiterte sie anschließend ihr Programm durch explizit wissenschaftliche Forschungstätigkeit. Als Nebeneffekt der demoskopischen Tätigkeit wurden Kommunikations- und Arbeitsstrukturen der CDU verändert, indem Bundesgeschäfts- und Landesgeschäftsstelle über das Institut miteinander verbunden wurden. Ende der sechziger Jahre kamen semantische Analysen hinzu, die ebenfalls auf die Beobachtung innerparteilicher Kommunikationsstrukturen und Organisation ausstrahlten. Sprache und Medien wurden zu zentralen Untersuchungsgegenständen des WIKAS, jedoch erst mit der Beratung durch das IfD setzte sich diese Ausrichtung effektiv in politische Kommunikation um.

Wissenschaft als Planungsprinzip: Demoskopie und die SPD

1. Von der ›Protowissenschaft‹ zur Meinungsforschung 1949–1957

Nach 1945 knüpfte die SPD personell wie weltanschaulich in ihrem Aufbau an alte Strukturen an. Sie verharrte vor allem in einem aus Weimarer Zeit hinübergeretteten Selbstverständnis als proletarische Massenbewegung, auch wenn dieses Selbstbild bereits in den zwanziger Jahren in Auflösung begriffen gewesen und sowohl durch Debatten innerhalb der Partei wie außerhalb infrage gestellt worden war.¹ Einem schnellen Wiederaufbau der Organisation folgte ein Einbruch der Mitgliederzahlen nach der Währungsreform. Mit den Niederlagen bei den Bundestagswahlen ab 1949 zeigten sich die Nachteile einer aus einem Milieuüberhang der Weimarer Zeit entstandenen SPD, die als »Traditionskompanie« zu vergeisen drohte und sich damit von der gesellschaftlichen Entwicklung abkoppelte.² Die krisenhafte Entwicklung der SPD in den fünfziger Jahren und ihr Reformprozeß werden häufig mit dem Godesberger Programm und einer damit erfolgenden Ankunft in der Bundesrepublik identifiziert und damit auf die Programmatik eingeengt.³ Ein anderer wichtiger Interpretationsstrang, der sich aus dem Selbstverständnis der SPD als Mitgliederpartei ableitet, betrachtet die Entwicklung der SPD aus ihren sozialstrukturellen Bedingungen heraus.⁴ Beide Lesarten vernachlässigen jedoch die Partei als Organisation, die als Akteur zwischen den Konkurrenten anderer Parteien, der Mitgliedschaft und den medialen Vermittlungsinstanzen steht: Der organisationssoziologische Blick lenkt die Aufmerksamkeit auf Faktoren der Bedingungen und Gestaltung der Organisation als Akteur. Freigelegt wird eine Perspektive auf den Wandel SPD, die das Verhältnis von Politik und Öffentlichkeit und der damit verbundenen Praxis

¹ Für die These der Öffnung der SPD bereits nach dem Ersten Weltkrieg vgl. P. LÖSCHE/F. WALTER, *Die SPD*, 1992, S. 70–76. Klotzbach erklärt die Widerspruchslosigkeit in der SPD und auch die ausbleibende volksparteiliche Öffnung nach 1945 hauptsächlich mit der Autorität Schumachers, K. KLOTZBACH, *Weg zur Staatspartei*, 1996, S. 84 ff.

² Bereits 1946 hatte sie ihre Mitgliederzahl von 1931 erreicht. Vgl. zu den Mitgliederzahlen K. KLOTZBACH, *Weg zur Staatspartei*, 1996, S. 63, 93; H. GREBING, *Geschichte der deutschen Arbeiterbewegung: ein Überblick*, 1966, S. 255. Für aufgeschlüsselte Daten zur Mitgliederstruktur der SPD vgl. M.-L. RECKER/K. TENFELDE (Hrsg.), *Handbuch*, 2005. Zur Kontinuitätsproblematik vgl. H. GREBING, *Kontinuität in den Organisationen*, 1976; auch mit Blick auf Zusammenstoß mit der jungen Generation E. HOLTSMANN, *Die neuen Lassalleaner*, 1988; H. SCHMITT, *Die SPD*, 1992 S. 137 f.

³ Vgl. z. B. H. A. WINKLER, *Weg nach Westen*, 2000; auch M. GÖRTEMAKER, *Geschichte der BRD*, 1999, S. 371–378.

⁴ Bislang am umfassendsten für die SPD im 20. Jahrhundert: P. LÖSCHE/F. WALTER, *Die SPD*, 1992; für das Verhältnis Wandel der Mitglieder – Wandel der Partei als Milieuproblem vgl. auch F. WALTER, *Milieus und Parteien*, 1995.

der politischen Kommunikation jenseits der auf ideologische Aspekte oder politische Entscheidungen fixierten Betrachtung in den Fokus nimmt.⁵ Bei allen Betrachtungen steht die Bundesebene als Ort der Machtkonzentration in der SPD im Vordergrund, auch wenn sich die SPD seit je her als Mitgliederpartei mit einer Willensbildung von unten nach oben verstand.⁶

Die Beobachtung der Umwelt und das damit zusammenhängende Verständnis von sich selbst (als Partei, Mitglieder) und der Umwelt (Parteien, Wähler) ist der Angelpunkt der Analyse des Wandels der SPD in Bezug auf die Demoskopie. So ist zu fragen, wie sich die aus der Weimarer Republik konservierten Vorstellungen mit den aus dem Exil der westlichen Staatenwelt mitgebrachten Ideen von Demokratie und politischem Verhalten und dem Wandel der westdeutschen Nachkriegsgesellschaft vertrugen. Inwieweit ist eine Westernisierung, also ein subkutaner Wandel der politischen Verhaltens- und Vorstellungswelten, hier mit Hilfe der Meinungsforschung als eines wissenschaftlichen Hilfs- und Beratungsinstruments zu konstatieren? Inwiefern ist der Wandel von Personennetzwerken, die gemeinsame, im Exil erworbene Vorstellungen durchzusetzen bedacht waren, bestimmt? Was für die programmatische Entwicklung im Fall eines Netzwerkes, bestehend aus einem Teil des SPD-Büros und des Führungspersonals der Gewerkschaften, untersucht worden ist, soll hier in Fragen der Organisation in ihrem Verhältnis zu Meinungsforschungsinstituten beziehungsweise wissenschaftlichen Beratern, die auf Demoskopie zurückgriffen, erläutert werden.⁷ Somit werden sowohl Akteurskonstellationen von Meinungsforschern und Akteuren aus der Parteiführung betrachtet als auch die Agenda der Meinungsforscher zur Legitimation und Etablierung ihrer Tätigkeit und Beratung analysiert. Doch zuvor wird gefragt, wie die SPD überhaupt Umfragen entdeckte, wie sie damit umging und in ihre politische Praxis integrierte.

⁵ Aus der großen Zahl der Untersuchungen zu organisationssoziologischen und mitgliederstrukturellen Studien sei auf die generelle Parteientypologie verwiesen von A. PANEBIANCO, *Political Parties*, 1988; für die Sozialdemokratie S. PADGETT/W. E. PATTERSON, *History of Social Democracy*, 1993; H. KITSCHALT, *Transformation*, 1994. Auf die Programmatik heben sehr stark ab S. MILLER/H. POTTHOFF, *Kleine Geschichte der SPD*, 1983; aber auch T. PIRKER, *Die SPD nach Hitler*, 1965. Allerdings soll der Bewertung, daß nur die schwerfällige Organisation mit ihrem Machtkartell des besoldeten Vorstandes, des sogenannten Büros, einen Wandel lange verhindert habe, nicht das Wort geredet werden.

⁶ In diesem Sinne eines ausdifferenzierten, dank der Zergliederung und vielzähligen Mitgliedschaft ständig unter spezifischen Spannungen von Führung, Folge und kommunikativem (Aus-)Handlungsdruck stehenden Akteurs in Form einer Organisation vgl. U. SCHIMANK, *Organisationen*, 2003.

⁷ Vgl. für diese These der auf Personennetzwerken basierten Westernisierung der SPD J. ANGSTER, *Konsenskapitalismus*, 2003; als thematisch ausgerichtete Variante einer Westernisierung, deren Analyse leider 1945 abgebrochen wird, kann gelesen werden: R. BEHRING, *Demokratische Außenpolitik*, 1999.

a) *Wissenschaftliche Neigungen: Die SPD als »protowissenschaftliche« Partei 1948–1954*

Die Bundeszentrale der SPD interessierte sich bereits früh für die Erkenntnisse der Meinungsforschung. Sie tat dies im Selbstverständnis einer auf wissenschaftlichen Maximen fußenden Partei und ihres daher stammenden allgemeinen Interesses an wissenschaftlichen Erkenntnissen, die ihr immer schon als Hilfestellung zu einer besseren Politik gegolten hatten. Ihre Affinität zu den Wissenschaften bezog sie aus der sozialistischen Ideologie eines aus wissenschaftlichen Erkenntnissen geborenen Fortschritts. Dabei galt ihre Aufmerksamkeit traditionell den Naturwissenschaften und insbesondere der Ökonomie, die sich in den zwanziger Jahren zunehmend, zum Beispiel durch die Konjunkturforschung, mathematisierte. Diese Ausrichtung machte sie zu einer seit dem Kaiserreich »protowissenschaftlich« denkenden Partei, die auf eine Absicherung der politischen Verhaltensweisen durch eine prinzipielle Bezogenheit auf wissenschaftliche Kenntnis setzte, auch wenn sie keine wissenschaftlichen Erkenntnisse im Rahmen einer Politikberatung bezog.⁸ Dabei herrschte in einer absolut gesetzten Tradition der Aufklärung die Vorstellung einer Verpflichtung der Wissenschaften gegenüber dem Dienst an der Gesellschaft vor, was die SPD mit sich selber als natürliche Vertreterin der Volksmehrheit gleichzusetzen verstand. In dieser Hinsicht wich ihr Modell der Wissenschaft und deren Aufgabe stark von der bürgerlichen Vorstellung einer autonomen Stellung der Wissenschaften gegenüber der Gesellschaft ab.

Im Wiederaufbau nahm sie diese Tradition wieder auf. Die 1928 begonnene systematische Beobachtung der öffentlichen Meinung wurde mittels einer täglichen Auswertung von Presseerzeugnissen 1946 wieder aufgenommen. Das dafür zuständige Mitglied des Geschäftsführenden Vorstands war Fritz Heine, der 1928 gerade als neuer SPD-Mitarbeiter in der gerade gegründeten Werbeabteilung zu arbeiten begonnen hatte.⁹ Noch 1946 wurde das Stichwort »Meinungsforschung« eingeführt und alle einschlägigen Artikel und sonstigen Veröffentlichungen gesammelt. Wie unklar der Meinungsforschungs-Begriff und sein Inhalt, und wie wenig abgegrenzt er zu plebiszitären Verfahren in der Politik noch war, zeigen die zunächst dort auch eingeordneten Artikel über Volksentscheide und Bürgerbefragungen.¹⁰ Auch ab 1949 eingehende Pressedienste der Meinungsforschungsinstitute fanden sich dort wieder. Dieser Ansatz einer systematischen Beobachtung der Meinungsforschung bildete jedoch keine Grundlage weiterer Bemühungen, die Meinungen der Wähler statistisch zu erfassen.

⁸ Eine nicht in ihrer Wirkung hier nachvollziehbare Ausnahme bildet mit Blick auf die empirische Sozialforschung das Sozialwissenschaftliche Institut an der Universität Köln, das direkt nach seiner Gründung 1919–1920 Untersuchungen für die SPD durchführte. Vgl. I. GORGES, *Social Survey in Germany*, 1991; für die Umstände der parteipolitischen Ausrichtung dieses Instituts vgl. H. KERN, *Empirische Sozialforschung*, 1982, S. 132–136.

⁹ Vgl. für Heines politische Biographie S. APPELIUS, Heine, 1999, hier S. 21f.

¹⁰ Vgl. dafür beispielsweise das damit reich bestückte Jahr 1951 in der ZASS I. Falls nicht anders vermerkt, stammen Angaben aus der ZASS aus dem Stichwort »Meinungsforschung« (C 28), das mit Ausnahme der ersten Zeit nach Jahren archiviert wurde.

Wie auch schon bei der CDU und dem Bundespresseamt versuchten die Institute, mit speziellen Angeboten das Interesse bei der SPD zu wecken. Bereits 1948 ging ein erster Werbebrief von Emnid bei der SPD (wie bei der CDU) ein, doch ließ sich keine Reaktion darauf feststellen.¹¹ Größeres Interesse zeigte die SPD bei dem Angebot des IfD, das den Vorschlag der Gründung einer »Arbeitsgemeinschaft für demokratische Praxis« vorbrachte.¹² Gemäß dieser Skizze sollte eine Arbeitsgemeinschaft auf verbandlicher Ebene eingerichtet werden, die sich um die Beeinflussung der öffentlichen Meinung unter Hinzuziehung von Umfragen kümmern sollte. Diese Informationsmaterialien sollten monatlich vom IfD zur Nutzung bereitgestellt werden, um sie auch an alle wichtigen Institutionen weiterzugeben und/oder sie damit entsprechend zu bearbeiten. Dies sollte also nicht in öffentlicher Form geschehen, sondern als Hintergrund- oder Lobbyarbeit; doch wie dies genau als »Zusammenschluß großer Kollektive« funktionieren sollte, blieb in der als Diskussionsgrundlage gedachten Skizze unklar. Bis die Parteizentrale davon erfuhr, waren erste Gespräche getätigt und Pläne geschmiedet, in denen die Kontaktperson der SPD als Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft bereits vorgesehen war und auch der Ort (Wiesbaden) feststand. Zudem war angeblich der DGB bereits unterrichtet und interessiert. Es ging Ende 1949 anscheinend nur noch darum, das Plazet des Vorsitzenden einzuholen und ausreichende finanzielle Mittel zu sichern. Letzteres gelang jedoch nicht, da sowohl finanzielle Erwägungen dagegen sprachen wie auch die Überlegung, daß man nach 1945 die Vorfeldorganisationen der SPD bewußt nicht wieder aufgebaut hatte. Die Arbeitsgemeinschaft wurde schließlich zwei Jahre später bei der CDU unter einem ähnlichen Namen (»Arbeitsgemeinschaft demokratischer Kreise«) mit leicht veränderter Konzeption ins Leben gerufen.¹³

Der Hinweis auf die finanzielle Problematik galt auch für die gesamten weiteren Angebote an die SPD und ihr durchaus vorhandenes Interesse. Andernfalls wäre die zweite Werbeaktion von Emnid, die in der zweiten Jahreshälfte 1949 stattfand, erfolgreich verlaufen. So mühte sich Friedrich Lenz als wissenschaftlicher Leiter des Instituts vergeblich, die SPD von den Vorzügen einer exklusiven Umfrageforschung zu überzeugen. In seinen Ausführungen zur »Nutzbarmachung der modernen Meinungsforschung für die Partei« verwies er auf die Ergebnisse der neuesten Untersuchung des Instituts, um unter Hinweis auf ein Aufklärungsdefizit in bestimmten Gruppen der Bevölkerung Verbesserungsvorschläge der Schulungs- und Informationsarbeit zu machen.¹⁴ Auch die zur Unterstützung eingesetzte Strategie persönlicher Verbundenheit, die seine Frau ein halbes Jahr später erfolgreich bei der CDU

¹¹ Vgl. Brief Stackelberg vom 28. 6. 1948, AdsD 2/PVAJ000024. Eine Antwort wurde nicht gefunden.

¹² Vgl. hier und im folgenden das Exposé des IfD und Korrespondenz der SPD Wiesbaden (Max Lippmann) mit Heine November/Dezember 1949, AdsD 2/PVAJ000053.

¹³ Vgl. Kap. 2.1.c, S. 82.

¹⁴ Vgl. Exposé »Nutzbarmachung der modernen Meinungsforschung für die Partei«, Anlage zum Brief vom 2. 9. 1949, AdsD 2/PVAJ000053. Bei der Untersuchung handelte es sich um eine Umfrage unter der Arbeiterschaft in Wolfsburg, vgl. ZASS I, Ordner 1 (1947–1950).

nutzte, fruchtete nicht.¹⁵ Die SPD weigerte sich, für die Informationen zu bezahlen, wenn sie die Möglichkeit sah, diese auch über private Kanäle zu erhalten. Für sie stellten wissenschaftlich deklarierte Erkenntnisse keine zu bezahlende Dienstleistung dar. Es zeigte sich außerdem, wie wenig der Leiter der Werbung, Fritz Heine, von der Funktionsweise der Meinungsforschung und ihrer Methoden wußte.¹⁶ Das Interesse an den Umfragen von Emnid blieb allerdings bestehen, wie auch der Kontakt zu Lenz, der auf Seminaren referierte und für dessen Bücher die SPD im Gegenzug warb.¹⁷ Die Ergebnisse von Emnid wurden derweil über den mit Lenz befreundeten Bruno Gleitze an den Parteivorstand weitergereicht.¹⁸ Ab 1951 schickte er vor allem den Pressedienst regelmäßig an Heine, in Einzelfällen mit Empfehlungen zur Meinungsforschung an Kurt Schumacher und Erich Ollenhauer, um ihnen wiederholt den »diagnostischen Wert« vor Augen zu führen und dieses Instrument jahrelang immer wieder zu empfehlen.¹⁹ Gleitze hatte zudem im Vorfeld der Berliner Wahlen zum Abgeordnetenhaus Umfragen zu politischen Einstellungen durchführen lassen, um das Wahlergebnis prognostizieren zu können.²⁰ Schumacher selber verwendete diese Daten gegenüber Journalisten. Diese Umfrageergebnisse gingen genauso wie Daten anderer Institutspressedienste in die regelmäßigen Rundschreiben des Parteivorstandes an die Untergliederungen der Partei ein, gingen aber auch an sozialdemokratische Redakteure und Verleger.²¹ Somit waren die Ergebnisse der Meinungsforschung bereits zu Beginn der fünfziger Jahre ein unregelmäßiger Bestandteil des Informationsflusses in der SPD geworden, wenn sie auch einen verschwindend kleinen Teil in der Mitteilungsflut der einzelnen Bereiche des Parteivorstandes an die Führungsebenen der Untergliederungen ausmachten. Für die Berichte wurde herausgesucht, was aus Sicht der SPD interessant erschien. Das waren vor allem die auf spezifische gesellschaftliche Zusammenhänge bezogene Daten, so zum Beispiel eine Umfrage über Studierende aus dem Arbeitermilieu.²²

¹⁵ Vgl. Briefe Lenz an den SPD-Parteivorstand (PV) September bis Dezember 1949, ebd.

¹⁶ Vgl. entsprechende Notiz eines Mitarbeiters (Rudolf Pass) an Heine am 6. 9. 1949, ebd.

¹⁷ Vgl. Meldung Parlamentarisch-Politischer Pressedienst (PPP) vom 14. 7. 1950, »Erste Schrift über deutsche Meinungsforschung«, URL: (<http://library.fes.de/cgi-bin/populo/spdpd.pl>) (Datenbank, die nach Datum oder Titel Schlagwort durchsucht werden kann; die einzelnen Meldungen verfügen über keine eindeutige URL, so daß PPP-Meldungen im folgenden ohne URL bezeichnet werden); F. LENZ, Meinungsforschung in Deutschland, 1950.

¹⁸ Vgl. z. B. eine gemeinsame konjunkturpolitische Untersuchung von DIW und Emnid AdsD NL Gleitze Pers. Korr. 1949–1950; Brief Lenz an Heine am 14. 11. 1949, AdsD 2/PVAJ000053; für Gleitzes Interesse an der Meinungsforschung und sein Engagement vgl. Kap. 1.2, S. 52.

¹⁹ Brief Gleitze an Heine am 13. 1. 1953, AdsD NL Gleitze Schriftwechsel 1949–1954.

²⁰ Vgl. Brief Gleitze an Schumacher am 8. 12. 1950, AdsD PV 74. Weitere Briefe mit demoskopischem Inhalt wurden an Schumacher gesandt (sie wurden in anderen Briefen erwähnt), konnten aber in den Unterlagen nicht gefunden werden. Ein weiterer Brief an Schumacher vom 5. 1. 1951 befindet sich in den Unterlagen von Heine, da Durchschläge an Heine und Ollenhauer gingen, AdsD 2/PVAJ000053; für weitere Schreiben Gleitzes an die SPD-Parteiführung in AdsD NL Gleitze Schriftwechsel 1949–1954.

²¹ Vgl. z. B. die Sammlung der Rundschreiben mit Pressedienstauschnitten vom IfD u. a. in AdsD 2/PVAJ000576; AdsD 2/PVAJ000577.

²² Vgl. Rundschreiben 19/50, 25. 9. 1950 (an die Bezirke), Kulturpolitisches Referat, ZASS I.

Seit der Vorbereitung auf den Wahlkampf 1953 gingen die Monatsergebnisse regelmäßig und nicht nur sporadisch an die Bezirkssekretäre, die weitere Einblicke in die demoskopisch ermittelte Lage auch auf Sekretärskonferenzen erhielten.²³ Daneben wurden nur in Einzelfällen Umfragen mit dem Hinweis weitergereicht, sich die Ergebnisse näher anzuschauen und eventuelle Maßnahmen zu ergreifen.²⁴ Es war Aufgabe der Untergliederungen, daraus Schlüsse zu ziehen und in Werbe-Anstrengungen vor Ort umzusetzen. Im Parteivorstand kursierten bereits 1952 die monatlichen Umfrageergebnisse, wie sie aus dem Emnid-Pressedienst hervorgingen. Fritz Erlers Vorschlag, Meinungsforschung aktiv im Vorfeld der Bundestagswahl zu betreiben, scheiterte jedoch wiederholt an Heine, der ihm unter Hinweis auf die kostengünstigeren Wege der Weitergabe eine Abfuhr erteilte:

»Der Parteivorstand war umso weniger bereit, die Vorschläge zu akzeptieren, als wir durch gewissen Verbindungen mit unseren Genossen in dem einen oder anderen Institut in der Lage sind, von gewissen Untersuchungen vertraulich zu partizipieren. Wir haben davon für einen bestimmten Kreis von Funktionären auch im Laufe der Zeit Gebrauch gemacht.«²⁵

Was sonst mit den Daten geschah, läßt sich nicht weiter nachvollziehen und legt die Vermutung nahe, die Umfragen zu politischen Fragen wie auch zu Medien seien einfach nur gesammelt und manchmal auszugsweise an Untergliederungen verschickt worden.²⁶ Reaktionen auf die Umfrageergebnisse lassen sich in den Quellen für die ersten Jahre nicht ausmachen, abgesehen von der mageren Feststellung Heines 1949, »daß Gallup-Untersuchungen nicht der Weisheit letzter Schluß« seien, die »bisherige Erfahrung [...] jedoch [zeige], daß sie wertvolle Anhaltspunkte bieten [können].«²⁷ Daß die Beschreibung der politischen Situation durch Prozentpunkte noch ungewohnt war, machte sich durch eine durchgängige Beschreibung der umfra-

²³ Vgl. Konferenz der Sekretäre für die Vorbereitung der Bundestagswahl 1953 am 17. und 18. 6. 1953, Vortragsmanuskript, S. 4, AdsD 2/PVAJ000382.

²⁴ Vgl. Brief Heine an alle Landtagsfraktionen am 4. 7. 1950, ZASS I.

²⁵ Vgl. Brief Erler an Ollenhauer am 27. 11. 1952, AdsD 2/EOAA000191. Für Zitat siehe Antwort von Heine an Erler am 8. 1. 1953. Er spielte damit auf die Verbindung zu Gleitze an. Als Anlage schickte ihm Heine zur Abschreckung ein teures Angebot, AdsD NL Erler 66. Als Erler den Briefwechsel mit Heine an Ollenhauer weitergab, sah sich Heine genötigt, die Anfrage mit dem Hinweis auf eine einmütige Ablehnung des Parteivorstands aus finanziellen Gründen und der fehlenden Seriosität der Angebote weiter abzulehnen. Vgl. Brief Heine an Erler am 22. 12. 1953, AdsD NL Erler 66.

²⁶ Es wurden keine monatlichen Mitteilungen demoskopischer Art an die Mitglieder des Parteivorstands gefunden. Jedoch gibt es Hinweise, daß Meinungsumfragen bereits früh Eingang fanden in das interne Berichtswesen des Parteivorstands. Vgl. PV-Bericht (Vorläufer der späteren Rundschreiben) Nr. 1 und Nr. 7, 1949 (Heine), ZASS I. Weitere Berichte folgten in den nächsten Jahren. Die Gliederungen (Partei- und Fraktionsvorstand, Bezirkssekretariate) wurde 1954 angehalten, die Rundschreiben zu den Monatsberichten in der richtigen Reihenfolge abzuheften (!). Vgl. Rundschreiben (RS) von Heine Nr. 111/1954, ZASS I. Vgl. für Sammlungen AdsD PV 01350; für Hörer- und Zuschauerforschung vgl. AdsD PV 01751; Emnid: »Zeitung, Zeitschrift und Leser«, November 1948, AdsD 2/PVAJ000213.

²⁷ Heine, (PV-Bericht) Nr. 1 (Rundschreiben), 25. 6. 1949: »Amerikanische Opinionsuntersuchung«, ZASS I.

gebezogenen Verhältnisse in absoluten Zahlen bemerkbar, bei denen die Prozentangaben immer nur zusätzlich oder bei fehlenden absoluten Zahlen auftauchten.²⁸

Der Umgang mit der prozentualen Beschreibung der politischen Situation war nicht nur ungewohnt, sondern auch von einer tiefen Skepsis geprägt. Diese Haltung gegenüber Umfragezahlen speiste sich aus einem Mißtrauen gegenüber dem Institut aus Allensbach, auf dessen Zahlen sich die Regierung stützte. Bei deren medialer Verbreitung klagte die SPD über einen propagandistischen Mißbrauch der Demoskopie durch die Bundesregierung und wies die Zahlen als »psychologische Kriegführung« zurück.²⁹ Im Bundestag griff die SPD die Bundesregierung wiederholt, aber erfolglos bezüglich ihrer Meinungsforschung an.³⁰

Der Parteivorstand begann langsam ab 1951, Daten selber gegenüber der Presse einzusetzen. Die anfänglich auch über den Parlamentarisch-Politischen Pressedienst verbreiteten positiven Erklärungen zu Umfragen des IfD dürften dabei an den günstigen Aussagen für die SPD gelegen haben.³¹ Handelte es sich hingegen um eine nicht geteilte oder unerwünschte Einschätzung, fiel die Bewertung prinzipiell negativ aus: »Wir sind stets besonders skeptisch, wenn dabei für uns ungünstige Ergebnisse sichtbar werden.«³² Ebenso wurde die amerikanische Förderung der deutschen Meinungsforschung durch die Finanzierung der Weinheimer Tagung als Versuch der Lenkung mißbilligt.³³

Die Parteiführung glaubte daher auch nicht den Umfragedaten, die bereits im Juni 1953 die Wahl klar als verloren anzeigten. Statt dessen tröstete sie sich zunächst mit der Hoffnung, daß der demoskopisch gemessene Höhenflug der Popularität Adenauers nach seiner Amerika-Reise seinen Zenit schon längst erreicht und nun wieder abfallend sei; außerdem habe die Popularität Adenauers nicht viel mit der Zustimmung zur CDU zu tun. Erst hinterher gestanden einige Akteure ein, daß man der Meinungsforschung hätte Glauben schenken sollen: »Wir haben die Emnid-Resultate in den letzten Monaten doch einfach nicht geglaubt.«³⁴

²⁸ Vgl. z. B. Manuskript von Heine für eine Präsentation im PV und Parteiausschuß am 21.1.1957, AdsD NL Anders 2.

²⁹ Vgl. u. a. Heines Presseerklärung in dpa-Meldung, 14. 9. 1951: »Nicht 26, sondern 75% heute gegen Verteidigungsbeitrag«, AdsD 2/PVAJ000567; vgl. für einen Kontaktmann Heines zum Bundespreseamt AdsD 2/PVAJ000569; Zitat: SPD-Parteivorstand (Hrsg.), SPD-Parteitagprotokoll 1956, 1956, S. 226.

³⁰ Vgl. auch Kap. 2.1.b, S. 75.

³¹ Vgl. »Neue ›Dolchstoßlegende‹ wächst an«, PPP 34/51, 7.3.1951.

³² Heine auf einer Konferenz der Sekretäre für die Vorbereitung der Bundestagswahl 1953, Vortragsmanuskript, AdsD 2/PVAJ000382.

³³ Vgl. PPP-Kurzmeldung vom 8. 1. 1952.

³⁴ Heine, Sitzung des PV am 7. 10. 1953; vgl. auch ähnliche Aussage Fritz Erlers auf der PV-Sitzung (zusamen mit weiteren Gremien) am 17. 9. 1953, abgedruckt in: P. WEBER (Bearb.), SPD-Fraktionsprotokolle 1953–1957, 1993, S. 7; vgl. auch Erwin Schoettle auf Sitzung des Werbe- und Propaganda-Ausschusses (WPA) am 9. 11. 1954, AdsD 2/PVAJ000303. Da der Bestand der Sitzungen des Parteivorstands und des Präsidiums im AdsD nach Jahren chronologisch geordnet ist und keine spezifischen Signaturen besitzt, wird im folgenden für Vorstands- und später auch Präsidiumssitzun-

So festigte sich eine Sowohl-als-auch-Haltung gegenüber der Meinungsforschung, die einerseits die Zuverlässigkeit der Daten und das Interesse daran bezeugte und andererseits die Möglichkeiten eines manipulatorischen Einsatzes immer im Blick behielt. Heine faßte dies noch drei Jahre später markant zusammen:

»Die Partei ist noch nicht aufgeweckt für die Probleme der Meinungsumfragen. Sie ist auf der einen Seite gläubig, auf der anderen Seite absolut ablehnend. Die Frage ist, ob wir die Partei zu einer leidenschaftsloseren Betrachtung veranlaßten könnten und daß sie sich dieses Mittels bedient.«³⁵

Über Meinungsforschung und ihren Nutzen wurde dementsprechend erstmals im Bundesvorstand nach der Bundestagswahl 1953 diskutiert. Ollenhauer kündigte auf der ersten Sitzung nach der Wahl an, eine Untersuchung in Auftrag geben zu lassen. Willi Eichler hatte bereits mit Bruno Gleitze Kontakt aufgenommen und die Fragestellungen für eine solche Nachwahlumfrage festgelegt.³⁶ So war eine Analyse von Emnid vorgesehen, die 30 000 DM kosten und die von Gleitze und Arcadius R. L. Gurland, dem Leiter der Abteilung der politischen Soziologie an der Deutschen Hochschule für Politik in Berlin, betreut werden sollte.³⁷ Doch wurde diese Idee auf den folgenden Sitzungen zerredet, bis es für eine Nachwahluntersuchung zu spät war und sich die Ansicht durchsetzte, man könne die Fragen aus (Wahl-)Statistiken und durch die Nutzung der Parteiorganisation beantworten.³⁸ Herbert Wehner zum Beispiel stellte die Verlässlichkeit eines repräsentativen Ausschnittes von 2 000 Personen in Frage und präferierte eine interne schriftliche Auswertung. Dem widersprach Eichler energisch.³⁹ Bruno Gleitze übernahm lediglich eine Auswertung der letzten Emnid-Befragungen der vorangegangenen zwei Jahre, deren Ergebnisse Heine als »interessante Überlegungen« bewertete.⁴⁰ Damit kehrte man letztlich zu der in der SPD traditionell bekannten und vertrauten Vorgehensweise zurück, noch bevor ein erster Versuch in Richtung Demoskopie gemacht worden war, auch wenn in

gen nur das Datum genannt und darauf verzichtet, bei der Zitierung dieses Bestandes auf das Archiv und die Bestandssignatur im einzelnen hinzuweisen.

³⁵ Heine in der WPA-Sitzung am 3. 2. 1956, S. 14, AdsD 2/PVAJ000304.

³⁶ Der Fragebogen war an die Mitglieder des PV am 9. 10. 1953 verschickt worden, liegt aber nicht mehr vor. Vgl. Brief Kukil an PV am 9. 11. 1953, AdsD PV 01556; Vgl. für Absprache Brief Eichler an Gleitze am 30. 9. 1953, AdsD NL Gleitze Schriftwechsel 1949–1954.

³⁷ Vgl. die Sitzung am 7. 10. 1953; für die Abänderung des Planes vgl. Brief Kukil an PV am 9. 11. 1953, AdsD PV 01556. Die statistische Verarbeitung wird im folgenden Unterkapitel behandelt. Vgl. für die Tätigkeit und Biographie Gurlands in: H. BUCHSTEIN, Politikwissenschaft und Demokratie, 1992. Er unternahm eine erste empirische Wahlforschung in der BRD, unterstützt durch die HICOG: S. MÜNKE/R. L. A. GURLAND, Wahlkampf und Machtverschiebung, 1952.

³⁸ Vgl. Sitzungen des PV September–Dezember 1953.

³⁹ Vgl. Diskussion im PV am 7. 10. 1953.

⁴⁰ Die Auswertung von Gleitze findet sich in ZASS I; für die interne Verbreitung der Daten vgl. RS 9/1953 (o. D.) über scheinbar jugendliche Wähler- und Anhängerdaten der SPD an PV, Parteausschuß (PA), Fraktionsvorstand, Bezirke, AdsD PV 01258.

der Wahlauswertung lapidar festgestellt wurde: »Die Ergebnisse der Meinungsforschung werden noch mehr als bisher für die Parteiarbeit ausgewertet werden.«⁴¹

b) Umorientierung: Überlegungen zur Quantifizierung von Politik 1954–1956

Zunächst einmal wurde als Reaktion auf die Unruhe in der Partei und aufgrund der Analyse der Wahl eine Kommission ins Leben gerufen, die sich mit Organisationsfragen beschäftigen sollte; ein Jahr später wurde ein Ausschuß zur Befassung mit Fragen der Werbung gegründet.⁴² In der Sekundärliteratur wird beiden keine große Wirkung auf die weitere Entwicklung der SPD bescheinigt.⁴³ Doch bei genauerer Betrachtung lassen sich doch einige Ansätze zur Infragestellung der bisherigen Beschreibungsparameter erkennen, die sich an die Perspektiven der Wahlstatistik, der Organisationsreform und Werbegestaltung anschlossen. Sie führten zu einer Veränderung in der Selbstwahrnehmung und verschoben zunächst kaum merklich die politische Kommunikation. Sie hatten anfangs augenscheinlich auch wenig mit Meinungsforschung zu tun.

Der neu eingesetzte Organisationsausschuß mußte sich neben Fragen der Mitgliedersteigerung, -erfassung und -beteiligung auch mit den Fragen der Wahlstatistik befassen. Dabei trieb er diese in die Richtung einer bundeseinheitlichen und damit vergleichbaren Analyse voran. Dieser Bereich entwickelte sich nun zum Motor der erneuerten Selbstbeobachtung der SPD als Organisation.⁴⁴ Damit entdeckte sie ihre Wurzeln aufs Neue, denn das Instrument der Statistik hatte seit dem Kaiserreich eine hohe Bedeutung für die gesamte Arbeiterbewegung besessen. Aus den groben Übersichten zu Wahlergebnissen (u. a. Auflistungen nach Wahlkreisen und Landeslisten oder Listen, sortiert anhand der Stärke der Erststimmen pro Wahlkreis)⁴⁵, die sich nur selten an den Auswertungen der statistischen Ämter orientierten⁴⁶, erwuchs aufgrund der Wahlniederlage 1953 eine komplexere Abbildung des

⁴¹ »Empfehlungen des PV nach den Vorschlägen der Kommission zur Behandlung der Parteidiskussion«, Teil »Propaganda und Werbung«, S. 9 f., vorgestellt auf der Klausurtagung am 19./20. 2. 1954 (PV, PA, Kontrollkommission).

⁴² Vgl. Sitzungen des Bundesvorstandes am 11./12. 12. 1953 und 10./11. 7. 1954.

⁴³ Vgl. K. KLOTZBACH, *Weg zur Staatspartei*, 1996, S. 298, 313, 315 ff.; S. MILLER, *Kleine Geschichte der SPD*, 1974, S. 35 (keine Aussage zum Werbe- und Propagandausschuß). In der Literatur fand bislang keine weitere Beschäftigung mit den SPD-Gremien statt.

⁴⁴ Vgl. dafür ausführlich J. BOYER, *Einleitung*, 2005, S. 35–126.

⁴⁵ Vgl. Auswertung Bundestagswahl 1949, AdSD NL von Knoeringen 473. Noch vor der nächsten Bundestagswahl erfolgte eine neue Auswertung nach Bezirken, die diesen Untergliederungen zur Verfügung gestellt wurde. Vgl. Auswertung 1952 in AdSD PV 05144; AdSD PV 01202.

⁴⁶ Um die Ergebnisse zusammenzustellen, gab es das sogenannte Bundessummenblatt des Bundesamtes für Statistik, das Freiflächen für die Ergebnisse der folgenden Wahlen bereit hielt. Vgl. AdSD PV 01208 A. Diese Ergebnisübersichten wurden dann per Rundschreiben verschickt. Vgl. RS 11/52 von Egon Franke am 13. 3. 52 an die Bezirke und Mitglieder des PV: »Wahlergebnisse der Bezirke 1946–1952«, AdSD NL von Knoeringen 473; AdSD PV 01553 A–C. Die Unterlagen wurden von dem Referat Organisation zusammengetragen. Vgl. AdSD PV 01206. Vgl. als Ausschnitte der Samm-

Wahlverhaltens.⁴⁷ Durch den Leiter des Organisationsausschusses, Max Kukil, der auf die Sonderauszählungen des Bundesamtes für Statistik nach Alter und Geschlecht aufmerksam geworden war⁴⁸, sah die SPD-Führung ihre Chance, sich diese Aggregatdaten für ihre Stimmenmaximierung zunutze zu machen. Um dies flächendeckend zu erreichen, mußten die Auswertungen jedoch vereinheitlicht werden. Sie lud im Oktober 1953 Vertreter verschiedener statistischer Landesämter sowie Gleitze und Gurland dazu ein, über einen Vorschlag des Landesamtes für Statistik Hessen, deren besonders frühe elaborierte Wahlstatistik schon bald nach der Bundestagswahl als wegweisend erachtet worden war, zu diskutieren.⁴⁹ Im Ergebnis wurden die Landtagsfraktionen der SPD aufgefordert, sich in ihren jeweiligen Ländern für den Aufbau einer Statistik nach hessischem Vorbild einzusetzen und diese dann zu Vergleichszwecken an das hessische Landesamt zu schicken, das sich dann um eine Auswertung gemeinsam mit Gleitze bemühen wollte.⁵⁰ Die Bemühungen um die Vereinheitlichung der Landesstatistiken fanden ihren Fortgang in späteren Auswertungen der Bundestagswahl durch das Bundesamt für Statistik.⁵¹ Außerdem wurde im Bundesamt über eine Verfeinerung der Ergebnisaufbereitung, u. a. über eine Umrechnung der Ergebnisse auf Bundestagswahlkreise, nachgedacht.⁵² Die Landesämter setzten die Überlegungen teilweise um, so daß nach Alter und Geschlecht getrennte Auszählungen in ausgewählten Stimmbezirken vorgenommen wurden. Parallel dazu versuchte der Parteivorstand recht erfolglos, selber Daten mit Hilfe der Untergliederungen zusammenzutragen, um so erstmals etwas über das Wahlverhalten einzelner Gruppen – Jungwähler, Frauen, Vertriebene – in Erfahrung zu bringen.⁵³ Der Vorstand ermahnte die Untergliederungen, es ihm gleich zu tun:

»Kein Bezirk, kein Unterbezirk und kein Ortsverein darf achtlos an den Repräsentativauszählungen vorbeigehen. Sie bilden eine nicht unwesentliche Grundlage für unsere politische und organisatorische Arbeit. Wir [...] bitten, die Resultate, soweit sie Euer Gebiet betreffen, durchzuarbeiten und in Euren Vorstandssitzungen eingehend zu beraten.«⁵⁴

lung von Heine eine Akte, in der er alle Unterlagen zu Wahlergebnissen seit 1919 gesammelt hatte, AdsD 2/PVAJ000446 und AdsD 2/PVAJ000447.

⁴⁷ Vgl. J. BOYER, Einleitung, 2005, S. 76–84.

⁴⁸ Vgl. Brief Dr. Fürst, Leiter des Bundesamtes für Statistik, am 12. 2. 1954, Sammlung von Artikeln zu Auswertungen des Bundesamtes sowie interne Hinweise auf Auswertungen dazu, AdsD PV 01258.

⁴⁹ Vgl. für Vorschlag des hessischen Landesamtes und dazugehörige Korrespondenz sowie Bericht zur Sitzung, ebd.; Brief Erwin Schoettle an den Organisator des Treffens, Kukil, am 3. 11. 1953, AdsD PV 01545 A.

⁵⁰ Vgl. Brief Kukil an PV am 9. 11. 1953, AdsD PV 01556.

⁵¹ Vgl. RS von Kukil, Dezember 1954, AdsD PV 01144; Auswertung mit Zusammenstellungen nach Erst- und Zweitstimme, Wahlbeteiligung u. a., AdsD PV 01203.

⁵² Die Umrechnung der Ergebnisse in einzelnen Wahlkreisen auf Stadt- und Landkreise sowie SPD-Unterbezirke erfolgte von Hand bereits 1952 für die Wahlen zwischen 1946–1952, AdsD PV 01553 A–C.

⁵³ Vgl. Korrespondenz verschiedener Mitarbeiter des PV mit Untergliederungen Ende 1953, AdsD PV 01258.

⁵⁴ Brief Kukil am 19. 11. 1956 an die Vorsitzenden in den Großstädten, »vertraulich und nur für den parteiinternen Gebrauch«, »Ergebnisse und Auswertung der nach dem 6. 9. 1953 stattgefundenen

Die Ergebnisse zum Verhältnis von Mitgliedern zu Bevölkerung und Wählerschaft führten zusammen mit Gleitzes Auswertungen, die er vor allem bezüglich der folgenden Landtagswahlergebnisse fortsetzte, zu komplexeren Übersichten mit Visualisierungen in Kuchen oder Diagrammen und einer breiteren Streuung innerhalb der Organisation⁵⁵ sowie der Presse.⁵⁶

Doch nicht nur die Wähler waren der SPD zu einem »unbekannten Wesen« geworden. Durch die ab 1954 eingeführte Darstellung der Wahlergebnisse nach soziodemographischen Merkmalen wurde die seit Ende der vierziger Jahre schwelende Diskussion zum sinkenden Mitgliederstand neu befeuert.⁵⁷ Da die Frage nach den Mitgliedern die zweite zentrale Aufgabe des Organisationsausschusses war, wurde hier ebenfalls zur Statistik als Mittel zur Bekämpfung der Unsicherheit gegriffen, so daß die Statistik infolgedessen zur Grundlage der Überlegungen zu einer Organisationsreform wurde. Der Ausschuß behandelte Fragen nach der (Bewerbung der) Mitgliedschaft und der Wählerwerbung gleichwertig, da sie aus sozialdemokratischer Sicht nicht voneinander zu trennen waren.⁵⁸ Er orientierte sich in seinen Überlegungen an den Schwesterparteien aus der Sozialistischen Internationale, vor allem an Österreich und den Niederlanden, und kopierte die Idee der Wählerkartei, die persönliche Daten wie Namen und Anschriften, Parteiangehörigkeit oder sogar Wahlentscheidung beinhaltet.⁵⁹ Wahlwerber sollten die daraus hervorgehenden potentiellen Wähler direkt ansprechen und sie auch zur Mitgliedschaft bewegen. Der Parteivorstand versprach sich eine wirksame und preiswertere Werbung von Mitgliedern und Wählern aufgrund einer gezielten Ansprache, der fehlenden rechtlichen Grundlage einer solchen Kartei zum Trotz.⁶⁰ Die Hoffnung erfüllte sich nicht, da die zugrunde liegende Annahme, daß die an der Basis vorhandene Organisation fester Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens war oder zumindest das aktive Mitglied sein Wohnviertel so gut kannte, daß eine persönliche Ansprache möglich

Landtagswahlen und Bürgerschaftswahlen«, AdsD PV 01237; ähnliche Briefe im September 1956 an Bezirke, Organisationsausschuß und WPA, AdsD PV 01553 D.

⁵⁵ So wurde ein Text von Rudolf Gunzert (Leiter des Statistischen Amtes Frankfurt am Main) weit verbreitet, Abschrift eines Rundfunkvortrages vom 24. 11. 1954, zum Wahlverhalten von Frauen, Anlage zum Rundschreiben von Kukil an alle Leitungsgremien der Partei und Untergliederungen bis zum Unterbezirk, März 1955, AdsD PV 01532; komplexere Berechnungen (Wähler pro Mitglied) in AdsD PV 01556 C und G; Übersichten zu SPD-Stimmen 1953 im Verhältnis zu den Mitgliederzahlen der Orts- und Kreisausschüsse des DGB u. a. in AdsD PV 01553 D; Graphiken ab 1956 (NRW-Kommunalwahlen) in AdsD PV 01553 D.

⁵⁶ Vgl. »Jugend wählt SPD«, PPP am 3. 9. 1954 (Vergleich Bundestagswahl und Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen) AdsD PV 01258; »SPD-Mehrheit in Städten«, AdsD PV 01526.

⁵⁷ Protokoll zu einem Parteiausschuß Dezember 1949 in Herne, AdsD PV 01556; K. KLOTZBACH, Weg zur Staatspartei, 1996, S. 269 ff.

⁵⁸ Vgl. Aufgaben des Organisationsausschusses, AdsD PV 01556.

⁵⁹ Vgl. Vorschlag Kukil, AdsD PV 01556 C; dafür grundlegend: M. KUKIL, Probleme unserer Organisation. Referat, September 1955, (Ms., Bibliothek der FES). Für die Darstellung der österreichischen Vorgehensweise vgl. die Darstellung eines SPÖ-Funktionärs in AdsD PV 01557 C, und Rundschreiben von Kukil an alle Leitungsgremien bis zum Unterbezirk der Partei im März 1955, AdsD PV 01555 A.

⁶⁰ Vgl. AdsD PV 01555 A. Heine berichtete im WPA über das Scheitern, indem er auf die Widerstände in der Organisation verwies, Sitzung am 28. 9. 1956, AdsD 2/PVAJ000304.

wurde oder dies zur Erstellung einer Wählerkartei reichte, nicht gegeben war.⁶¹ Dennoch blieb diese Vorstellung von einer idealen Werbung bestehen, die immer wieder auftauchte.⁶² Nicht zuletzt trug die wissenschaftliche beziehungsweise statistische Erkenntnis über das Wahlverhalten zur Erschütterung dieses »impliziten Wissens« bei.⁶³ Das Wissen war nicht mehr selbstverständlich und wurde dadurch überhaupt bewußt als Wissen erkannt. Dies führte zu einem neuen Bedürfnis der Selbstbeobachtung innerhalb der Partei, das nicht mehr allein über die Organisationsstatistik und aus eigener Kraft zu bewältigen war.

Da die statistische Selbstbeobachtung als nicht hinreichend erkannt wurde, sollte sie durch eine demoskopische ergänzt werden. Um einen eigenen Eindruck »über die organisatorische Situation unserer Partei und über die Interessen und Vorstellungen unserer Mitglieder« zu erhalten, wurde Alfred Flatau, ein ehemaliger Mitarbeiter des Vorstandes und selbständiger Werbeberater, 1954 mit einer Mitgliederumfrage beauftragt.⁶⁴ Der Parteivorstand zielte damit auf die anstehenden Landtagswahlen.

Der demoskopische Autodidakt begann mit einer Art teilnehmenden Beobachtung. Er besuchte im Januar 1954 zunächst Versammlungen im Bezirk Niederrhein und befragte die Vorstände der besuchten Ortsvereine. Um »die Methode selbst zu erforschen«, wie er an Ollenhauer schrieb, wiederholte er dieses Vorgehen im Bezirk Westliches Westfalen.⁶⁵ Demoskopische und qualitative Methoden kamen so ansatzweise zum Einsatz. Seine Auswahl an Befragten war zwar nicht repräsentativ, aber er bestand trotzdem auf einer statistischen Auswertung der Angaben. In einer teilnehmenden Beobachtung stellte er daneben nicht nur fest, wie viele Personen an einer Versammlung teilnahmen und welches Geschlecht sie besaßen, sondern beobachtete auch das Teilnehmerverhalten. Die Bandbreite seiner Erfassung der inner-

⁶¹ Vgl. Klotzbach, Weg zur Staatspartei, S. 265f.

⁶² Vgl. Heines Vorschläge zur Reorganisation 1957, AdSD PV 01921 D; Notiz Heine an Kukil am 14. 1. 1958 zur Reorganisation der Labour Party, die auch Wählerverzeichnisse benutze, AdSD PV 01134; Heine, »Werbeplan der SPD« 1958, AdSD 2/PVAJ000302; Vermerk Kukil an Wehner mittels Franke am 10. 11. 58, AdSD PV 01002 D.

⁶³ Vgl. für das Konzept des »tacit knowledge« M. POLANYI, Implizites Wissen, 1985.

⁶⁴ Erich Ollenhauer an Alfred Flatau am 8. 4. 1954, AdSD 2/EOAA000200. Alfred Flatau hatte, ebenso wie Fritz Heine, ab 1928 beim Parteivorstand gearbeitet und nach 1945 am Wiederaufbau der Partei als Leiter des Propaganda-Referates (1946–1949) mitgewirkt; er war engagiert im Arbeiter-Radio-Bund wie auch beim Werber-Ring der SPD. Nachdem er aus dem Parteivorstand ausgeschieden war, kümmerte er sich um die Fortbildung der Mitglieder und Mitarbeiter im Hinblick auf Werbung und Werbepsychologie. Vgl. für biographische Angaben S. APPELIUS, Heine, 1999, S. 485. Für die Arbeit im Referat vgl. seine programmatischen Schriften A. FLATAU, Beiträge zum politischen Verständnis, 1948; ders., Propaganda für den Sozialismus, 1947; Unterlagen zu seiner Tätigkeit auch in AdSD 2/PVAJ000186; für seine Rolle bei Gründung und Aufbau des Werber-Ringes siehe AdSD 2/PVAJ000186.

⁶⁵ Brief Flatau an Ollenhauer am 31. 3. 1954, AdSD 2/EOAA000200. Vgl. Angaben dazu im Manuskript E: Befragung von Ortsvereinen, Besuch von 36 Versammlungen im Bezirk Niederrhein, 31 im Bezirk Westliches Westfalen, AdSD 2/PVAY000009; Einzelauswertung zu einer Umfrage in Hamburg-Nordwest in AdSD PV 01069; Voruntersuchungs-Auswertung mit allen Versammlungen am Niederrhein, 2 im Westlichen Westfalen und 2 in Hamburg, vgl. Brief (bzw. Anhang) Flatau an Heine am 31. 3. 1954, AdSD 2/PVAJ000193.

parteilichen Praxis reichte von der Feststellung der aktiven und nichtaktiven Mitglieder und deren Alter über pünktlichen Beginn und Dauer der Versammlungen, Gründungsjahre der Ortsvereine, Sozialstruktur der Mitglieder und Einkommen bis hin zu inhaltlichen Aspekten, »wie die Partei in Nordrhein-Westfalen im Spiegel der SPD war es, herauszufinden, »wie die Partei in Nordrhein-Westfalen im Spiegel der SPD und bestimmter Auskünfte der Vorstände wirklich« aussah, wie sie sich strukturierte und funktionierte.⁶⁶ Doch dies war lediglich die Test-Umfrage. Auf sie folgte eine größer angelegte Umfrage im Bezirk Hannover, die als Vorbereitung für die Landtagswahlen gedacht war, um schließlich zu der Auswertung »Womit können wir Stimmen gewinnen?« zu gelangen, die jedoch gar nicht mehr stattfand.⁶⁷ In den ersten Befragungen in Nordrhein-Westfalen hatte Flatau noch auf ein paar Freunde zurückgegriffen, als er während des Wahlkampfes dort arbeitete.⁶⁸ Doch nun war er auf Helfer aus der SPD angewiesen, die er wiederum schulen mußte. Seine eigenwilligen Vorstellungen von Interviews faßte er in einem »Grundgesetz für Aussagen-Aufnehmende« zusammen.⁶⁹ Auch hier machte er zunächst im Oktober 1954 einen Testlauf mit den Interviewern selber, 130 Freiwilligen (107 Männer, 23 Frauen) aus dem Bezirk Hannover, den Flatau in allen Einzelheiten auswertete und dadurch eine weitere Verzögerung erzeugte.⁷⁰ Zudem kam eine weitere, für Schleswig-Holstein anberaumte Umfrage hinzu, die die Untergliederung, der Bezirk, selber auswertete, um überhaupt Ergebnisse zu erhalten – der Bezirk konnte auf Wissenschaftler der Universität Kiel zurückgreifen, die eigene Analysen von Wahlstatistiken vornahmen.⁷¹ Schleswig-Holstein war bis dahin auch die einzige Untergliederung der SPD gewesen, die eine professionelle Umfrage im Vorfeld seines Landtagswahlkampfes hatte durchführen lassen.⁷²

Als die eigentliche Mitgliederumfrage in Hannover dann im November 1954 unter circa 1,5 Prozent (nach Quotenverfahren, 50 zu 1 Mitglied) durchgeführt wur-

⁶⁶ Vgl. Angaben dazu im Manuskript E, AdSD 2/PVAY000009.

⁶⁷ Vgl. Briefe Flatau an Kukil am 17.3.1955 und an Franke am 14.3.1954, AdSD PV 01069.

⁶⁸ Vgl. seine Tätigkeit im Zusammenhang mit den Umfragen AdSD 2/PVAJ000450.

⁶⁹ Vgl. AdSD PV 01069. Die Regeln entsprechen grundsätzlich den Regeln für Interviewer in der empirischen Sozialforschung, waren aber anwendungsbezogen für Parteimitglieder abgefasst.

⁷⁰ Vgl. Manuskript ND, ALF-Umfrage I, AdSD 2/PVAY000009. Diese »Übungsbefragung« versuchte insbesondere, Hintergründe der Eintritte zu klären. Gerade unter den Interviewern befanden sich einige ehemalige NSDAP-Mitglieder, die sich nach dem Krieg der SPD im Bezirk Hannover zugewandt hatten. Diese Feststellung wurde nicht weiter kommentiert, aber von den »Befragern« selber weiter ausgeleuchtet. Weitere Übungsfragen zu politischen Inhalten zeigten jedoch, daß die Interviewer die Umfragen für eine Wissensüberprüfung hielten. Vgl. die Manuskripte, ND, NE, NA, NF (zweiter Teil), NB und NC.

⁷¹ Vgl. Bezirk Schleswig-Holstein, Untersuchungen über Mitglieder und Mitgliederversammlungen der SPD auf Grund unangemeldeter Beobachtungen und Befragungen der Ortsvereinsvorstände, Bearbeitung ALF-Umfragen, nur für innerparteilichen Gebrauch freigegeben, Dabringhausen-Bremen, o.J. [1955], in AdSD PV 04096; H. MARTENS, Geschichte der SPD in Schleswig-Holstein, 1998, S. 508 ff., 519.

⁷² Vgl. DIVO, Politische Ansichten in Schleswig-Holstein, Ergebnisse einer Untersuchung im Juli 1954, o. O., 1954 (Bibliothek der FES); H. MARTENS, Geschichte der SPD in Schleswig-Holstein, 1998, S. 480, 499–513.

de⁷³, kam neben einer technischen Verzögerung ein Ausfall von 250 Interviews hinzu, der die innerparteiliche Repräsentativität und damit das gesamte Unterfangen infrage stellte.⁷⁴ Der Umfang der Umfragen, die Gestaltung des Fragebogens als Fließtext mit offenen Fragen und die verschiedenen Gegenstände der Befragungen erschwerten die Bearbeitung, die komplett per Hand erfolgte.⁷⁵ Auch einem Interviewer, der sich mit seinen Erfahrungen hilfesuchend an den Parteivorstand wandte, war es »ein Rätsel«, wie das ausgewertet werden sollte.⁷⁶ So erklärt sich jedoch, daß die Umfragen nicht im Zusammenhang, sondern entlang der einzelnen Fragen in einfachen Übersichtstabellen sowie nach Unterbezirken ausgewertet wurden.⁷⁷ Zu allem Überfluß verstärkte die Aufbereitung in seitenweisen Tabellen den chaotischen Eindruck.

Entgegen der Erwartung an das Projekt entstand so eher das Gegenteil eines klaren Bildes der Parteiorganisation an der Basis. Währenddessen wuchs die Ungeduld im Parteivorstand, endlich verständliche Aussagen und verwertbare Antworten zu erhalten:

»Der Sinn der von Flatau vorgelegten beiden Umfragen ist mir völlig unverständlich. [...] Die mit viel Fleiß in dieser Umfrage zusammengestellten Angaben sind politisch nicht beweiskräftiger, als es eine Umfrage unter den Angestellten des PV hier im Hause wäre.«⁷⁸

Falls die Umfragen also überhaupt rezipiert wurden, geschah dies durch im Parteivorstand zu knappen statistischen Aussagen zusammengefaßte Auswertungen.⁷⁹ Schließlich brach der Parteivorstand das Experiment nach anderthalb Jahren Mitte 1955 ab, zumal Ergebnisse nie für einen Wahlkampf vorgelegen hatten. Flatau's letzter Brief zum Stand der Auswertungen ersetzte die nicht mehr erstellte Endauswertung.⁸⁰ Er verteidigte während der Auseinandersetzungen trotzig seine Vorgehensweise:

»Sei versichert, kein deutsches Institut hätte von sich aus eine solche dokumentarische Aktion überhaupt unternehmen können, die ja gar keine »Meinungsforschung« mehr ist, sondern eine Art demoskopischer Tatsachenfotographie, deren Ergebnisse wirklichen dokumentarischen Wert haben.«⁸¹

Damit war jedoch das Kapitel der innerparteilichen Bespiegelung mittels demoskopischer Methoden für die nächsten Jahre abgeschlossen; weitere Umfragen wurden

⁷³ Erläuterung zum Fragebogen, AdsD PV 01069; Manuskript NF, ALF-Umfrage II, AdsD 2/PVAY000009.

⁷⁴ Somit blieben 825 ausgefüllte Fragebögen auszuwerten. Vgl. Erläuterung zu ALF-Umfrage II (Hannover), S. 2, AdsD PV 01069.

⁷⁵ Vgl. Brief Flatau an Franke am 14. 3. 1955, ebd.

⁷⁶ Vgl. für Brief des Interviewers Siekmann aus Rinteln vom 19. 10. 1954, ebd.

⁷⁷ Vgl. das Material an Einzelauswertungen in ebd.; AdsD 2/PVAY000009.

⁷⁸ Vermerk F. J. Wagner für Kukil am 16. 2. 1955, AdsD PV 01532.

⁷⁹ Vgl. Vermerk zu eingegangenen Auswertungen zur Hannover-Umfrage, AdsD PV 01069.

⁸⁰ Vgl. für Auseinandersetzung Brief Kukil an Flatau am 16. 2. 1955, weitere Korrespondenz März/ April 1955, ebd.; AdsD 2/PVAJ000015.

⁸¹ Brief Flatau an Franke am 14. 3. 1955, AdsD PV 01069.

höchstens als schriftlich zu beantwortende Fragenlisten an Funktionäre gegeben, um ein rein sozialstrukturelles Bild von der Organisation und den Mitgliedern zu gewinnen.⁸² In den nächsten Jahren bemühte sich Flatau um weitere Zusammenarbeit, erhielt aber erst 1959 wieder einen Auftrag (interne Umfrage zu einem neu eingeführten Informationsdienst) und galt intern als »Problem«.⁸³

Fast gleichzeitig zum Auftrag der ersten Mitgliederumfrage wurde 1954 mit zweijähriger Verspätung der Ausschuß für Werbung und Propaganda (WPA) gegründet, in dem die Demoskopie in den folgenden Jahren Fuß fassen sollte.⁸⁴ Der Ausschuß bot der SPD nach der Wahl Niederlage die Möglichkeit, Beschwerden, Vorschläge und Diskussionen zur Selbstdarstellung und Wähleransprache der SPD auszulagern und jenseits des Organisationsausschusses zu verarbeiten.⁸⁵ Die Diskussion reduzierte die Wahlentscheidung gegen die SPD und für die CDU auf das oberflächliche Phänomen der Werbung, die als einziger Vergleichsmaßstab zur konkurrierenden Partei herangezogen wurde. Man hatte demnach verloren, weil die Werbung so schlecht gewesen war und deswegen die Arbeiter nicht hatte überzeugen können. Nun mußte alles daran gesetzt werden, die Programmatik besser zum Ausdruck und in die Köpfe der Wähler zu bekommen: »Bei der Plakatgestaltung müssen mehr als bisher die Erkenntnisse der modernen Werbepsychologie und der Meinungsforschung nutzbar gemacht werden.«⁸⁶ Diese Sicht erlaubte es der SPD, eine Modernisierungsdiskussion zu führen, die durch die Einengung auf Fragen der Präsentation die organisatorischen und programmatischen Komponenten beiseite zu schieben vermochte. Der als »Studienkommission sozialistischer Forscher« im Parteivorstand diskutierte Ausschuß sollte, und das war ein Novum für die streng abgeschirmte Arbeit des Parteivorstandes, neben hauptamtlich für die SPD tätigen Mitarbeitern auch Fachleute – gemeint waren »Werbeberater, Gebrauchsgrafiker, Publizisten und Meinungsforscher« – aufnehmen, um den Parteivorstand »bei der Planung und Durchführung der Aufklärungsarbeit der Partei« zu beraten.⁸⁷

Der Ausschuß war mit 22 Personen aus verschiedenen Gliederungen der Partei und nahestehenden Fachleuten besetzt und traf sich mindestens alle zwei Monate

⁸² Vgl. für die Bemühungen der Organisationsstatistik J. BOYER, Einleitung, 2005, S. 39–41, 76–80.

⁸³ Vgl. Fragebogen, AdsD PV 02120; Flatau Auswertung, Juni 1960, AdsD PV 01544 A und B; die Einschätzung stammt von Karl Anders, Bemerkungen zur ersten Sitzung der zentralen Wahlkampfleitung, 18. 6. 60, LAB B 002–6309; ähnliche interne Umfragen zu Informationsdiensten: Rundfrage zu den Mitteilungsblättern und Schriften aller Untergliederungen, 19. 10. 1953, AdsD 2/PVAJ000207.

⁸⁴ Vgl. SPD-Parteivorstand (Hrsg.), SPD-Parteitagprotokoll 1952, 1952, S. 266; Ausführungen von Heine in »Propagandamaßnahmen«, AdsD 2/PVAJ000189; PV-Sitzung am 10./11. 7. 1954; K. KLOTZBACH, Weg zur Staatspartei, 1996, S. 315 ff.

⁸⁵ Vgl. entsprechende Dokumentensammlung in AdsD 2/PVAJ0000378/379/380.

⁸⁶ Vorschlag aus dem Stadtbezirk Kassel-Holland »zum Problem der Erneuerung der SPD«, Januar 1954, AdsD 2/PVAJ000214; für die Debatte darüber auf dem Parteitag 1954 vgl. SPD-Parteivorstand (Hrsg.), SPD-Parteitagprotokoll 1954, 1954, insbesondere S. 239 ff., 243 f., 251.

⁸⁷ Antrag Nr. 130, SPD-Parteivorstand (Hrsg.), SPD-Parteitagprotokoll 1954, 1954, S. 360.

für einen Tag in Bonn, um über grundsätzliche wie spezifische Fragen der Werbung zu beraten.⁸⁸ Er leistete Bewertungs- und Begutachtungsarbeit von Werbetexten, Plakaten und weiteren Werbemitteln aller Art, hörte Vorträge zu Landtagswahlkämpfen und lud Gäste ein. Er war in seinen Entscheidungsmöglichkeiten begrenzt, zumal die Fragen der Werbung dort gefiltert wurden und den Weg in den Parteivorstand oder in andere Einheiten der Partei nur vereinzelt fanden. Doch war die Aufgabe des Ausschusses nicht klar formuliert, so daß die Diskussionen in den folgenden drei Jahren zwischen den Polen einer konkreten Werbeplanung, der Kommunikation mit den Mitgliedern und der Beobachtung respektive Bearbeitung der öffentlichen Meinung schwankten und im Ungefähren stecken blieben. Die vorliegenden Wortprotokolle bezeugen die Diskussion über Meinungsforschung und den konkreten Umgang damit. Sie lassen ungefähr erkennen, was sozialdemokratische Vorstellungen darüber, was Demoskopie eigentlich sei und was sie bewirken könne, ausmachten.⁸⁹ Beispielsweise wurden Flataus Erkenntnisse aus den internen Umfragen herangezogen, um die notwendigen Veränderungen in Bezug auf Werbung sowohl nach innen wie nach außen zu legitimieren, zumal er ohnehin durch seine Arbeit als demoskopischer Werbegestalter in der gesamten Partei »stilbildend« gewirkt hatte.⁹⁰ Auch Erlers Aussage, »daß die Sonderaktionen auf dem Gebiet der Meinungsforschung sehr von Bedeutung zu sein scheinen«, bestätigen die frühe Relevanz der Demoskopie für die Ausschlußarbeit.⁹¹

Im Ausschuß fanden nun die zuvor nur an einen kleinen Teil des Parteivorstandes verteilten und nicht diskutierten schriftlichen Auswertungen der monatlichen Emnid-Trendumfrage einen neuen Platz. Bruno Gleitze, der diese Trendumfragen bearbeitete, referierte alle paar Monate aufwendig mit einem Epidiaskop über den neuesten Trend in den Umfragen und erarbeitete zur Betrachtung der längerfristigen Entwicklung Drei-Monatsdurchschnitte. Die Referate wurden als Vorträge zur »repräsentativen Statistik« bezeichnet, was ihnen zusammen mit den vielen Daten und Berechnungen einen objektiven Charakter verlieh. Die komplizierte, an die Wirtschaftswissenschaft angelehnte Sprache Gleitzes beeindruckte die Zuhörer zusammen mit der Aussicht, daß die Daten nach ihrem Belieben und zur Gewinnung noch genauerer Erkenntnisse zum (potentiellen) Wählerverhalten im einzelnen aus-

⁸⁸ Zu den Mitgliedern gehörten 1954 Politiker aus PV und Bundestagsfraktion, hauptamtliche Funktionäre aus PV und Bezirken, Werbeberater und Journalisten; einzig Gleitze war als Wissenschaftler bzw. offiziell als Meinungsforscher dabei. Vgl. Mitgliedsliste in AdsD 2/PVAJ000307; für Tätigkeit vgl. Jahresberichte in AdsD 2/PVAJ000185.

⁸⁹ Zumindest liegen für die Jahre 1954–1958 Wortprotokolle oder (in geringerem Umfang) genaue Wiedergaben in indirekter Rede vor; die Protokolle der darauf folgenden Jahre sind ausführliche Verlaufsprotokolle. Vgl. Sitzungsprotokolle, diese werden im folgenden für die einzelnen Jahre zitiert. (2/PVAJ00303–305).

⁹⁰ Vgl. Programm für einen Propagandalehrgang Flataus Ende 1954, AdsD 2/PVAJ000186.

⁹¹ Vgl. Einleitungsreferat »Übersicht über den Aufgabenbereich«, zu Flataus Umfrage insbes. Punkt »Erhaltung der Mitglieder« und Zitat: Beitrag Erler auf erster Sitzung des WPA am 9.11.1954, Protokoll S. 12, AdsD 2/PVAJ000303.

gewertet werden könnten.⁹² Die Reaktionen waren eindeutig und kamen in der Regel zu nur einem Schluß:

»Jetzt haben wir Bilder und Zahlen vor uns und es kommt darauf an, die Aufgabe systematisch zu lösen [...]. Aus den Aufzeichnungen ist genau zu erkennen, was an dem Tage der Befragung los war, und die Durcharbeitung muß Punkt für Punkt erfolgen. Und es muß festgestellt werden, welche Mittel angewandt werden müssen; welches ist das wirksamste Mittel und wie muß der Einsatz des Materials vorgenommen werden.«⁹³

Diese Vorstellung einer direkten Auswirkung des politischen Geschehens auf seine Bewertung ging einher mit der Idee, die Meinungsbildung durch propagandistisches Material gezielt zu bearbeiten. Der Weg zu Meinungsbeeinflussung schien dabei über die Meinungsforschung direkt zur Produktion des notwendigen Materials und von dort zur zielsicheren Überzeugung zu führen.

Insgesamt stellt sich die Bedeutung des Werbe- und Propagandaausschusses in seiner Tätigkeit zweischneidig dar, einerseits als wegweisender Diskussionszusammenhang und andererseits als ein von Heine in seinem Sinne gesteuertes Gremium. In ersterer Funktion wirkte es beispielsweise mit Blick auf Testreihen zu Vorschlägen zu einem ›neuen Vokabular‹ auf die Gesamtdiskussion zur Wahl- und Werbesituation der SPD ein.⁹⁴ Es gingen von dem Ausschuß Impulse aus, die Kenntnisse der Meinungsforschung in der Parteistruktur zu verankern. Neben Einzelvorschlägen wie dem, die Vorträge von Gleitze als Lichtbildvorträge für die Sekretäre aufzubereiten und sie damit zu schulen, wurde im Ausschuß die Idee entwickelt, die Parteitage delegierten für den Münchener Parteitag 1956 mit Informationen über die Meinungsforschung und ihre Rolle für den Wahlkampf zu versorgen. Die erste Idee wurde nicht verwirklicht, die zweite schon. Auf der vor dem Parteitag stattfindenden ›geheimen‹ Delegiertenversammlung fanden vier aufeinander aufbauende Referate zur Meinungsforschung, zur daraus gefolgerten Themensetzung des Wahlkampfes, zur Ausgestaltung des Wahlkampfes (»Das Gesicht unserer Wahlpropaganda«) und zur praktischen Umsetzung (»Die propagandistisch-technische Aufgabe«) ihren Platz.⁹⁵ Sinn der Veranstaltung sollte sein, Mitglieder zu aktivieren und ihnen einen modernen Wahlkampf gezielt, wirkungsvoll und im Zusammenhang zu zeigen. Es wurde zwar bedacht, daß die berichteten Dinge nicht geheim bleiben würden, aber

⁹² Die Vorträge von Gleitze sind in den Protokollen nur teilweise überliefert, daher wird hier aus einem Brief Gleitzes an Ollenhauer am 19. 3. 1955 zitiert, AdsD 2/EOA000205. Ein Teil der Manuskripte findet sich in der ZASS I.

⁹³ Fritz Säger, wiedergegeben in indirekter, aber wortlautgetreuer Rede, auf der Sitzung des WPA am 11. 1. 1953, AdsD 2/PVAJ000303, S. 5.

⁹⁴ Vgl. Sitzung am 27. 10. 1955, AdsD 2/PVAJ000191.

⁹⁵ Die Referenten waren Gleitze, Heine, Arno Scholz (Herausgeber des *Telegraf*) und Heinrich Braune (Chefredakteur der *Hamburger Morgenpost*). Vgl. Vermerk mit Vorschlag für die Sondertagung und ihren Ablauf in AdsD PV 03003, wie es auch als Vorlage im PV am 09./10. 3. 1956 auftauchte; für Vorbereitung zwischen Gleitze und Peters vgl. Korrespondenz Riethmüller/Gleitze im Juni 1956, AdsD NL Bruno Gleitze Werbe-Ausschuß; Wortprotokoll und Manuskript von Gleitze weichen leicht voneinander ab, vgl. jeweilige Fassung in AdsD NL Bruno Gleitze Werbe-Ausschuß; AdsD 2/PVAJ000382.

dennoch sollte die Präsentation ohne Aufsehen stattfinden. Die SPD hatte sich jedoch anscheinend keine Gedanken darüber gemacht, daß Journalisten uneingeladen zu der Veranstaltung kommen könnten. So konnte die SPD ein paar Tage später ihre »geheimen« Einsichten zum Wahlkampf in der Presse nachlesen.⁹⁶

Zum anderen gewann der Ausschuß seine Bedeutung als Legitimationsbeschaffer für Heines Pläne. Er präparierte die von dort ausgehenden Impulse zur Durchführung von Umfragen gut und wußte sie für die Vorbereitung der Bundestagswahl 1957 einzusetzen. Heine sah in der Meinungsforschung eine rein propagandistische Hilfestellung. So wollte er einzelne Umfragen zum Beispiel bei Emnid unternehmen lassen, bei denen abzusehen war, daß die CDU schlecht abschneiden würde, so daß die Ergebnisse dann für die SPD publizistisch ausgeschlachtet werden könnten.⁹⁷ Heine bildete mit seiner Stellung als besoldetes Parteivorstandsmitglied und Leiter des Ausschusses eine Schnittstelle zwischen Ausschuß, Parteivorstand und Büro, so daß ihm eine »Gatekeeper«-Funktion für die Arbeit und damit für die Bedeutung des Ausschusses zukam. Durch seine starke Stellung als Leiter des Ausschusses, der über die Tagesordnung, die Termine etc. entschied, kontrollierte er das gesamte Geschehen. Das bezog sich sowohl auf die Inhalte und deren Thematisierung als auch auf das, was davon und vor allem in welcher Form an den Vorstand drang. Er nutzte seine Position strategisch aus, indem er zum Beispiel Entscheidungen und Diskussionen erst vorantrieb, wenn die eigentliche Entscheidung bereits feststand, um so den Ausschuß als legitimierendes, wenn auch nicht entscheidendes Organ seiner Planungen nutzen zu können.

Der Glaube an die Wissenschaftlichkeit der Meinungsforschung als Wahrheit verprechende Erkenntnismethode und an ein einfaches Reiz-Reaktionsschema, dass durch Werbung die erhoffte Wirkung entstünde, führte zum ersten Dauerauftrag des SPD-Parteivorstandes an ein kommerzielles Unternehmen. Ab Herbst 1954 wurden zwei Fragen in die monatliche Umfrage von Emnid eingeschleift, die siech um eine Kritik an der Bundesregierung und Opposition drehten: »Was gibt es Ihrer Meinung nach an den Maßnahmen der Bundesregierung auszusetzen? Was gibt es Ihrer Meinung nach an der SPD auszusetzen?« Diese bewußt offen gehaltenen Fragen wurden von Gleitze ausgewertet.⁹⁸ Die SPD erhoffte sich dadurch Hilfe für die Ar-

⁹⁶ Dieses war aber eingeplant gewesen, so daß der Vorstand sicher gehen konnte, daß nicht zu viele Daten verraten wurden. Vgl. Vorlage in AdsD PV 03003; für die Veröffentlichung siehe z. B. »Fazit des SPD-Parteitags: Währung und Renten interessanter als Wehrpflicht«, Tagesspiegel, 14.7.1956, S. 3.

⁹⁷ Vgl. Vermerk Heine an Büromitglieder am 19.3.1956, AdsD 2/PVAJ000191.

⁹⁸ Die Beschlüsse lassen sich lediglich anhand der Korrespondenz in Gleitzes Nachlaß verfolgen, wobei Gleitze diese Auswertung mit großem Interesse vornahm und enttäuscht war über die mangelnde Beachtung des Parteivorstand gegenüber seiner Tätigkeit und der von ihm immer wieder angepriesenen Meinungsforschung. Vgl. insbesondere F. J. Warner an Gleitze am 25.5.1956, Gleitze an den geschäftsführenden PV am 11.12.1956, AdsD NL Gleitze Schriftwechsel 1955–1966; Angaben über Fragestellung, Laufzeit und Zusammenarbeit des PV mit Gleitze finden sich in Brief Heine an Gleitze am 12.11.1954, AdsD NL Bruno Gleitze Werbe-Ausschuß; Brief Gleitze an Ollenhauer am 11.12.1956, AdsD 2/EOAA000208; zur Berichterstattung Gleitze im Protokoll des WPA vom 8.12.1955, S. 11, AdsD 2/PVAJ000304.

gumentation gegen die Bundesregierung und für die Verbesserung der eigenen Arbeit. Doch wurde der Parteivorstand laut Heine von den immer ähnlichen Antworten enttäuscht, da sie die Antworten lediglich nach der ›Stärke‹ der Kritik und der groben Ausrichtung auswerten konnten.⁹⁹ Das einzig klare Ergebnis bestand in der Ablehnung der SPD als ›Neinsager‹. Die Ergebnisse wurden monatlich im Parteivorstand herumgeschickt, doch erfuhren sie kaum Interesse.

Über diese zwei Fragen hinaus nahm der Parteivorstand ab März 1955 auch das Angebot von Emnid in Anspruch, jeweils zwei aktuelle Zusatzfragen in der monatlichen Umfrage unterzubringen.¹⁰⁰ Die monatlichen Sonderfragen waren auf aktuelle Fragen und politische Aktionen wie »Haben sie Weihnachten Päckchen, Pakete usw. an die Ostzone geschickt?« und »Schreiben Sie gelegentlich oder häufiger?« oder auch »Welche Politiker hält die Bevölkerung würdig, einmal Bundeskanzler zu werden?« ausgerichtet, so daß sie ebenfalls wenig Diskussionsstoff hergaben. Sie sollten offenbar nur untermauern, was ohnehin gedacht oder an Aktionen geplant wurde. Damit bestand für beide Fragenkategorien lediglich theoretisches Interesse, auch wenn hin und wieder im Werbe- und Propaganda-Ausschuß nach den Präsentationen durch Gleitze darüber diskutiert wurde.¹⁰¹ Es läßt sich aber nicht ausschließen, daß die eine oder andere Frage in Überlegungen einfloß, Gegenstand einer Pressemeldung wurde oder auch an ein Referat in der Zentrale weitergegeben wurde. Laut Heine erbrachte keine der Fragen den erhofften Nutzen, so daß das Abonnement Ende 1956 komplett gekündigt wurde.¹⁰²

Die parteiinterne wie -externe Umgangsweise mit Ergebnissen läßt sich an einem kleinen Beispiel gut darstellen: Der Parteivorstand gab im Rahmen der Pariser Verträge aus seiner Zeitnot heraus eine erste größere, thematische Umfrage bei DIVO in Auftrag. Diese Umfrage sollte einer ursprünglich angestrebten »Volksbefragung« vorauslaufen und so der antizipierenden Erkundung des geplanten Plebiszits dienen. Man war sich sicher, mit der Ablehnung richtig zu liegen und wollte dies vor dem Ergebnis der ›Volksbefragung‹ gesichert haben, so daß die beiden doch sehr unterschiedlichen Dinge hier undifferenziert gleichgestellt wurden.¹⁰³ Als die niederschmetternden Ergebnisse der Umfrage vorlagen, wurde gleichzeitig die Volksbefragung aufgegeben. Die Ablehnung und voraussehbare Niederlage in

⁹⁹ Vgl. für diese Auswertung W. Hartenstein/G. Schubert/K. Liepelt, Befunde der öffentlichen Meinung. Erläuterte Ergebnisse von Repräsentativerhebungen bis Herbst 1956. Zusammenstellung von Trends und Meinungsquerschnitten, nach Themenkreisen geordnet, erarbeitet und gesichtet im Auftrag des Vorstandes der SPD, o. O. [Bonn] o. D. [1956], S. 20 (Ms., Bibliothek der FES).

¹⁰⁰ Sie kosteten 500 DM pro Monat. Vgl. Heine an Warner und Gleitze am 19. 3. 1955, AdsD NL Gleitze Werbe-Ausschuß.

¹⁰¹ Für die Sonderfragen vgl. Vorstellung durch Willi Peters im WPA am 8. 12. 1955, S. 13, AdsD 2/ PVAJ000304.

¹⁰² Seit der Sitzung am 8. 12. 1955 erhielten auch die Mitglieder des Ausschusses die monatlichen Ergebnisse. Es ist schon erstaunlich, aber in den Unterlagen sowie Nachlässen ließ sich kein einziger Hinweis darauf ausmachen. Vgl. für Heines Aussage zum Nutzwert der Fragen im WPA am 28. 9. 1956, S. 10, ebd.

¹⁰³ Zumindest läßt die Debatte über Volksbefragung und Umfrage im PV diese Interpretation zu, vgl. Sitzung am 11./12. 12. 1954.

einer Volksbefragung wurde verschwiegen und nur mit der Ausnahme einiger weniger in dieser Hinsicht irrelevanter Daten in einem Vortrag von Erich Ollenhauer im Parteivorstand präsentiert.¹⁰⁴ Es schien zu peinlich zu sein, sich auf diese Umfrage als Grund für den Rückzug zu berufen. Erst im Juni 1955, also drei Monate nach der Ergebnisfeststellung, wurden die Daten im Ausschuß vorgetragen. Die Bitte, diese Umfrage auch in der Bundestagsfraktion zu präsentieren, beantwortete Heine äußerst vorsichtig: »Wir scheuen uns, sie der Fraktion vorzulegen, weil wir nicht sicher sind, daß bei 160 Anwesenden diese unangenehmen Ergebnisse [nicht] weitergetragen und dann als Argumentation gegen uns ausgewertet werden.«¹⁰⁵ So hatte er lediglich Ergebnisse mit positivem Aussagewert für die SPD an die Presse weitergegeben und einiges über den Redner-Dienst parteiintern verbreiten lassen. Er schien in dem Glauben zu sein, daß dieser durch die Umfrage erstellte Sachverhalt geheim bleiben würde, wenn er ihn nicht weitergab.¹⁰⁶ Auch Gleitzes Einwand, daß sich jeder durch eine Umfrage dieses Meinungsbild beschaffen könnte und damit einem Hinweis auf die prinzipielle Beobachtbarkeit der öffentlichen Meinung durch Umfragen gab, beeindruckte ihn nicht.

Der Umgang mit der ersten, bei einem kommerziellen Institut in Auftrag gegebenen Umfrage ist symptomatisch für den generellen und insbesondere zeitlichen Umgang mit Umfrageergebnissen in der SPD. Die Umfrage wurde nach einer Debatte im Parteivorstand vorgenommen, ohne daß zuvor ein Beschluß darüber gefaßt worden war; andererseits wurde jedwede Handlung in Sachen Meinungsforschung abgelehnt, die nicht zuvor durch ein Gremium gegangen wäre. Umfragedaten wurden zudem, wenn sie dann vorlagen, nicht zeitnah verbreitet. Diese Verzögerung legt die Vermutung nahe, daß die Parteispitze die Erkenntnisse zum einen als bestätigende und Werbeaktionen dienliche (aktuelle Fragen) und zum anderen Trenddaten als langfristig gültige Daten erachtete, die es zu sichern gelte und die auch für spätere Handlungsweisen relevant sein könnten. Auch ist zu bedenken, daß es sich bei der Verbreitung zumindest des monatlichen Trends um den Versuch handelte, die Beobachtung und Bewertung der Zustimmung zur SPD umzustellen, und zwar von einer eigenen Einschätzung auf eine durch die Meinungsforschung erfolgende Sicht. Nicht umsonst hatte Gleitze die Meinungsforschung immer wieder positiv als »vom Apparat losgelöste Beobachtungsstation« hervorgehoben.¹⁰⁷ Damit sprach er sich für eine von einem unabhängigen Beobachtungsstandpunkt ausgehende Perspektive

¹⁰⁴ Vgl. für Ollenhauers Angaben Sitzung des PV am 3. 3. 1955. Aus dieser Perspektive leuchtet auch ein, warum Ollenhauer in derselben Sitzung darauf drang, alle Volksbefragungen (bis auf die laufende in Bayern) einzustellen. Der Fragebogen zu der Umfrage, datiert auf den 29. 12. 1954, ist im Nachlaß von Bruno Gleitze erhalten geblieben: AdSD NL Gleitze Werbe-Ausschuß. Vgl. für die Diskussion um Volksbefragungen ohne Verweis auf die Umfrage K. KLOTZBACH, Weg zur Staatspartei, 1996, S. 345.

¹⁰⁵ Heine im WPA am 14. 6. 1955, AdSD 2/PVAJ000303.

¹⁰⁶ Vgl. DIVO, Politische Ansichten der westdeutschen Bevölkerung im Januar 1955, Bonn 1955 (Bibliothek der FES). Im Gegensatz zu Heines Aussagen steht hingegen die Veröffentlichung eines Teils der Daten in der Sopade-Denkschriftreihe (1/1955, Ausschnitte in ZASS I).

¹⁰⁷ Bruno Gleitze im WPA am 11. 1. 1955, AdSD 2/PVAJ000303.

aus und charakterisierte gleichzeitig implizit die parteiinterne Sicht als verzerrte und verzerrende Beobachtung. So ergab sich eine paradox erscheinende Situation: Man wollte Umfrageforschung machen und so viel wie möglich davon auch zur Unterrichtung an die Untergliederungen weitergeben, doch war der Spielraum auf wenige und dann nur positive Umfragezahlen eingeschränkt, weil nur positive Zahlen als publizierbar erachtet wurden. Letzteres war auch ähnlich in der CDU verankert, ansonsten aber war die CDU-Sichtweise auf die Meinungsforschung davon weit entfernt. Dort fand sich eine auf geschlossene Fragen setzende, streng vertraulich behandelte und zeitnah eingesetzte Meinungsforschung, die auf Ansprachemöglichkeiten oder Fehler- und Kritiksuche zum Zwecke der Stimmenmaximierung ausgerichtet war. In der SPD hingegen dominierte eine Haltung, die eher ein generelles theoretisches Interesse bezeichnete, dann aber konkret nicht viel mehr mit der Umfrageforschung anzufangen wußte als sie als eine positive Bestätigung auf der Suche nach Zustimmung einzusetzen.

c) *Der Durchbruch: Die demoskopische Vorbereitung des Wahlkampfes 1957*

Im Winter 1955 eröffneten sich neue Möglichkeiten, Meinungsforschung für die SPD nutzbar zu machen. Ein paar junge Sozialwissenschaftler hatten in Hamburg vor einem kleinen, der SPD nahestehenden Diskussionskreis, dem sogenannten »Klub vom 3. Oktober«, einen Vortrag eben zu den Perspektiven der Demoskopie für die SPD gehalten. Der Klub, der von dem ehemaligen Widerstandskämpfer Hans Robinsohn geleitet wurde, zielte darauf, sozialdemokratische, liberale und unabhängige Intellektuelle zusammenzubringen, um Möglichkeiten der Ablösung der konservativen Regierung zu diskutieren, zu befördern und die SPD zu unterstützen. Vom Parteivorstand und besonders Heine wurde dies nicht als Hilfe, sondern als Angriff auf die Integrität der SPD-Führung betrachtet, zumal dem Kreis die entsprechende Legitimität fehlte und dazu noch Nicht-SPD-Mitglieder mitwirkten.¹⁰⁸ Außerdem war Heine zur Zielscheibe der Kritik seitens des Klubs geworden. Dennoch kam er nicht umhin, das ihm vorliegende Memorandum zur Nutzung der Meinungsforschung für die SPD zu loben und an die Mitglieder des Ausschusses weiterzugeben.¹⁰⁹ Er lud sie zu einem Gespräch nach Bonn ein, bei dem die jungen

¹⁰⁸ Vgl. Diskussion in der PV-Sitzung am 01./2. 6. 1956. Vgl. generell für den »Klub vom 3. Oktober« und insbesondere zur Biographie Robinsohns H. R. SASSIN, *Liberalismus und Widerstand*, 1993; J. SCHOLTYSECK, Robert Bosch, 1999. Dieser Kreis wurde in den folgenden Jahren für die Unterstützung Willy Brandts und seiner Kanzlerkandidaturen aktiv, vgl. dazu Ausführungen in Kap. 3.2.b, 3.3.a. und 3.3.b.

¹⁰⁹ Der Text aus dem Hamburger Klub hieß »Neue SPD-Wähler: Woher?«. Vgl. Aussagen Heines im WPA am 8. 12. 1955, S. 16 f., AdsD 2/PVAJ000304; Brief Heine an WPA und Kukil am 15. 12. 1955, AdsD 2/PVAJ000307; die Anlage mit dem Text findet sich in AdsD PV 01077. Der Text war mit den Namen Klaus und Günter Eck und Christian Sauer gezeichnet.

Autoren ihm direkt anboten, die SPD demoskopisch zu unterstützen.¹¹⁰ Es handelte sich um vier Studenten beziehungsweise Akademiker: Günter Schubert (Historiker) aus Bonn, der bei der amerikanischen Botschaft an den sogenannten Embassy-Umfragen mitarbeitete¹¹¹, Klaus Liepelt und Karl-Christian Kaiser (Studenten der Sozialwissenschaft) aus Frankfurt am Main. Die drei hatten den Text unter einem Pseudonym verfaßt. Als vierte Person war Wolfgang Hartenstein (Student der Geschichtswissenschaft) aus Berlin ursprünglich nur lose damit verbunden, stieß aber später zu ihnen¹¹², als Karl-Christian Kaiser nach einigen Monaten wieder abschied.¹¹³ Günter Schubert war bereits zuvor mit dem Parteivorstand in Kontakt getreten, um auf amerikanische Umfrageergebnisse zur Wehrfrage hinzuweisen und Vorschläge zur Zusammenarbeit mit DIVO für kurzfristige Einzelaufträge zu unterbreiten.¹¹⁴ Das Gespräch mit zwei der Autoren (Schubert und Liepelt) im Dezember 1955 führte zu einer schnellen Einigung mit Heine, zukünftig die SPD in ihrer Vorbereitung des Wahlkampfes zu unterstützen.

Heine wollte mit ihnen kooperieren, damit sie das vorhandene Umfragematerial auswerteten. Außerdem wollte er »zwei Meinungsforscher finden, die Meinungsforscher von Beruf sind, aber auch Genossen.«¹¹⁵ Wiederholt war davor gewarnt worden, daß das Material in die Hände der CDU fallen könnte oder man von illoyalen Wissenschaftlern hereingelegt werde:

»Das ist einmal eine Geldfrage [die Auftragsvergabe an ein Institut, A. K.] und zum anderen geben wir quasi ein Geheimnis preis. Das Material könnte dann ebenso gut der CDU gegeben werden, wenn in dem einen oder anderen Institut ein Mann ist, der uns wissenschaftlich auf eine falsche Fährte lockt.«¹¹⁶

Das Angebot der Sozialwissenschaftler war für die SPD so interessant, weil sie genau die Ideen präsentierten, nach denen die SPD zuvor gesucht hatte: wie exakte Umfragedaten zu gewinnen seien, die wiederum die Ansprachemöglichkeiten genau derjenigen ausloteten, die nicht SPD wählten, nach Auffassung der SPD dies aber tun sollten – die nicht sozialdemokratisch wählende Arbeiterschaft. Die drei Sozialwissenschaftler besaßen klare Vorstellungen von dem, was die Partei wissen müsse, um erfolgreich zu sein. Im Abgleich mit den organisatorischen Bedingungen und der SPD, angepaßt an die Vorstellungen einer erziehenden Aufklärungs-Propaganda der

¹¹⁰ Vgl. Brief Schubert/Liepelt an Heine vom 18. 12. 1955 nach dem ersten Gespräch am 12. 12. 1955, AdsD 2/PVAJ000194.

¹¹¹ Bei seiner Ende der 1950er Jahre entstandenen Dissertation handelte es sich um eine zeithistorische Arbeit: G. SCHUBERT, Die Anfänge nationalsozialistischer Außenpolitik, 1963.

¹¹² Hartenstein schrieb seine Dissertation wie Schubert bei Hans Herzfeld in Berlin: W. HARTENSTEIN, Anfänge der deutschen Volkspartei, 1962.

¹¹³ Er startete bei den Stuttgarter Nachrichten seine Karriere als Journalist und wurde dann ein bekannter politischer Redakteur der *Zeit*. Im folgenden wird auf die übrigen drei aus Gründen einer einfacheren Benennung nur als »Sozialwissenschaftler« oder »Meinungsforscher« rekurriert.

¹¹⁴ Vgl. Vermerk Willi Peters an Heine am 10. 11. 1955, AdsD 2/PVAJ000191.

¹¹⁵ Heine dazu im WPA am 8. 12. 1956, S. 13, AdsD 2/PVAJ000304.

¹¹⁶ Heine im WPA am 3. 2. 1956, ebd. Vgl. v.a. die Sitzung am 3. 2. 1956, in der die Warnung vor »Verrat« mehrfach geäußert wurde, AdsD 2/PVAJ000304.

Parteiführung, entwickelten sie ihre Argumentationsführung und Vorschläge zum Bundestagswahlkampf 1957.¹¹⁷

Auch sie setzten zunächst an der Wahlstatistik an. So sollten die Wahlkreisblätter des Statistischen Bundesamtes ausgewertet werden im Hinblick auf die Wählerstruktur der SPD, um so »Schwerpunktwahlkreise« festlegen zu können. Wahlkreise mit leicht zu überzeugenden Wählern – aus der Arbeiterschaft, von ihnen als »weiche Wähler« bezeichnet – sollten herausgefiltert und ihnen besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden, um mit relativ geringem Aufwand Mandate zu erringen.¹¹⁸ Dies war an sich keine neue Idee und von der statistischen Erfassung der Mitglieder her bekannt, überzeugte die Führung der SPD aber durch die spezifische Korrelation mit Umfragedaten, da »weiche« Wähler keine Erfindung statistischer Ämter waren und die SPD selber die Statistiken bislang eher »statisch« und rein retrospektiv ausgewertet hatte. Es bemißt damit auch die Wegstrecke, die die SPD mental von einer automatisch von der Arbeiterschaft zu wählenden Partei zu einer um diese oder die weichen Wähler gezielt werbenden Partei zurückgelegt hatte. Die so erstellte Festlegung von Schwerpunktwahlkreisen im Abgleich von Wahl- und Umfrageergebnissen aus dem Frühjahr 1957 wurde als wichtiger Aspekt der Wahlkampfplanung erachtet und die Angaben mit entsprechender Erklärung an die Untergliederungen verschickt.¹¹⁹

Ein zweiter Vorschlag bestand in der besonderen Ansprache von sogenannten Meinungsführern. Hier wurde die bereits in der SPD bekannte Problemlage der fehlenden Unterstützung Intellektueller und aus der Mittelschicht angesprochen, aber darüber hinausgehend auf Fragen der Meinungsbildung durch Kommunikation verschiedener Art (interpersonal und medial) verwiesen. Doch wurde diese Idee im Wahlkampf nur ansatzweise aufgegriffen, da der Punkt »Kommunikation« aus einer Vorschlagsliste zur Auswertung von Umfragen herausgestrichen worden war.¹²⁰ Der dritte Vorschlag bezog sich auf die Idee, Umfragen (in Kombination mit statistischen Kenntnissen) zur Erruierung der thematischen und prinzipiellen Problemlagen, also Ansprachemöglichkeiten, zu benutzen. Die drei Sozialwissenschaftler nahmen damit Ideen bahnbrechender amerikanischer Studien zur Wahlforschung auf, denn Aspekte der Typik von Wahlkreisen und der Frage der Meinungsbildung waren wichtige Punkte in sozialpsychologischen Mikro-Untersuchungen des Wahlverhaltens gewesen.¹²¹ An diesen Vorbildern richteten sie sich aus mit einer großen Grundlagenstudie und folgenden Trendbeobachtung, deren Ergebnisse mit sozial-

¹¹⁷ Vgl. die Ausführungen ihrer Maßnahmenvorschläge mit den Aufgaben, die Heine ihnen vereinbarungsgemäß für den Bundestagswahlkampf 1957 stellte, Brief Heine an Liepelt/Kaiser am 17. 9. 1956, AdsD 2/PVAJ000053.

¹¹⁸ Vgl. Vorschlag von Schubert und Liepelt an Heine am 18. 12. 1955, AdsD 2/PVAJ000194.

¹¹⁹ Vgl. Aufstellung »Wahlkampf-Schwerpunkte (Wahlkreise)«, AdsD PV 04876. Heine wies auf diese Aufgabe der Sozialwissenschaftler am 28. 9. 1956 im WPA hin, AdsD 2/PVAJ000304.

¹²⁰ Vgl. »Gesichtspunkte zur Erfassung des Umfragematerials«, AdsD 2/PVAJ000194.

¹²¹ Vgl. insbesondere die erste umfassende empirische Studie dazu, P. F. LAZARSFELD/B. BERELSON/H. GAUDET, *People's Choice*, 1944 (dt. 1969); für die Meinungsführerthese vgl. E. KATZ/P. F. LAZARSFELD, *Persönlicher Einfluß und Meinungsbildung*, 1962 (engl. 1952).

statistischen Daten verbunden werden sollten, und wandten sie so erstmals auf bundesdeutsche Verhältnisse an.

Heine unterbreitete diesen Vorschlag dem Werbe- und Propagandaausschuß, als die Planungen bereits weitgehend abgeschlossen waren.¹²² Dennoch zeichnete er das Bild eines Meinungsforchung ablehnenden Parteivorstandes, den der Ausschuß nur mit guten Argumenten für seine Vorschläge eines demoskopisch gestützten Wahlkampfes überzeugen könne. Das beste Mittel dafür seien die Daten selber aufgrund ihrer Wissenschaftlichkeit, »denn es ist ja nicht gut, daß wir dem Parteivorstand sagen, wir wollen einen optimistisch-positiven Wahlkampf führen und hinterher nicht sagen können, ob die Erkenntnisse bestätigend oder nicht bestätigend sind.«¹²³ Die Umfrage sollte eben den Befund liefern, so daß »wir [...] Widerstände, die jetzt vorhanden wären, einfach wegfeigen [würden] durch die Ergebnisse der Umfrage.«¹²⁴ Er begründete seinen Vorschlag mit dem Ziel »die Motive festzustellen, die die Wähler von heute leiten, sodaß wir danach unsere Vorbereitungen treffen können« und um zu verhindern, daß »mit der Stange im Nebel« herumgestochert würde.¹²⁵ Die Umfrageergebnisse sollten zentral zur Gestaltung des Wahlkampfes beitragen¹²⁶, sie seien »eine[r] der wichtigsten Voraussetzungen für die exakte Planung« des Wahlkampfes.¹²⁷

Für die Umsetzung der Umfrage waren Kostenvoranschläge von Emnid (9 000 DM) und DIVO (14 000 DM) eingeholt worden. Die SPD entschied sich gegen Emnid, das für die Bundesregierung arbeitete. Die Wahl fiel statt dessen trotz höherer Kosten auf DIVO, das bereits erfolgreich die Untersuchung zu den Pariser Verträgen ein Jahr zuvor unternommen hatte und einen SPD-Vertrauensmann besaß.¹²⁸ Außerdem hatte DIVO bereits seit 1954 auf der Landesebene Umfragen zu Werbemitteln, der Popularität von Politikern und der soziodemographischen Verteilung der Wählerschaft sowie deren prioritäre Themen im Vorfeld von Landtagswahlen (Schleswig-Holstein, Baden-Württemberg, Berlin und Hamburg) durchgeführt. Davon, daß das Institut einen Teil zu den Erfolgen beigetragen hatte, zeigte sich zumindest der Bremer Vertreter im Werbeausschuß überzeugt.¹²⁹ Der Vorstand hat-

¹²² Vgl. Fragebogen (lag am 20.2.1956 vor) und Notizen in AdsD 2/PVAJ000382 und AdsD 2/PVAJ000194; für Diskussion über Vorschläge vgl. Sitzung am 3.2.1956, AdsD 2/PVAJ000304.

¹²³ Heine im WPA am 3.2.1956, S. 5, AdsD 2/PVAJ000304. Laut Appellus war er strikt gegen einen positiv geführten Wahlkampf, auf den sich der Vorstand jedoch einigte. Klotzbach hingegen meint, daß der Verlauf dazu führte, daß die SPD ihre Vorsätze vergaß und (Heine) nicht absichtlich dagegen handelte. Vgl. S. APPELIUS, Heine, 1999, S. 291f.; K. KLOTZBACH, Weg zur Staatspartei, 1996 S. 391–401.

¹²⁴ Heine im WPA am 3.2.1956, S. 6, AdsD 2/PVAJ000304.

¹²⁵ Heine im WPA am 3.2.1956, S. 5 und S. 12, ebd.

¹²⁶ Vgl. dazu Aussage Heines im WPA am 28.1.1956, S. 13, ebd.

¹²⁷ Heine an Kukil und WPA am 3.3.1956, AdsD 2/PVAJ000191.

¹²⁸ Es handelte sich um den Mitarbeiter Werner Hildebrandt. Vgl. den entsprechenden Hinweis von Heine in der WPA-Sitzung am 3.2.1956, S. 14, AdsD 2/PVAJ000304.

¹²⁹ Zumindest stellte Richard Boljahn aus Bremen dies so vor, vgl. seinen Vortrag im WPA am 27.10.1955, ebd. Vgl. die Untersuchungen DIVO, Eine politische Studie. Hamburg, Dezember 1955, i. A. Landesverband Hamburg, o. O. 1956 und Politische Ansichten in Schleswig-Holstein, o. O. 1954 (beide: Bibliothek der FES). Über eine Umfrage für Niedersachsen wurde im Büro des PV diskutiert,

te einen Teil der landesweiten Untersuchungen sogar finanziell unterstützt.¹³⁰ Die Berliner Untersuchung hatte den Parteivorstand derart beeindruckt, daß ein Auszug aus den Berliner Wahlergebnissen mit dem Hinweis verbreitet wurde, der Wahlkampf sei auf der Grundlage der Umfrage geführt worden.¹³¹ Entsprechend dieses Lobes übernahm DIVO auch die Trendbefragung.¹³² Durch die Landesuntersuchungen wurden der Parteivorstand und insbesondere Heine parteiintern unter Druck gesetzt, dem eingeschlagenen Weg zu folgen. Auch setzte ihnen die (partei-)öffentliche Diskussion über die Nutzung der Werbetechniken zu, in deren Verlauf viele kreative Mitglieder und andere Personen Heine mit zumeist ungebetenen Beiträgen zur Verbesserung der Werbung versorgten. Er griff tatsächlich auf die angebotene Lektüre zurück und sorgte auch für deren Weiterverbreitung.¹³³

Um die Umfrage wissenschaftlich-empirisch abzusichern, entwickelte DIVO den Ehrgeiz, erstmals eine Panelstudie in der Bundesrepublik durchzuführen. Auf diese Weise wurde die Umfrage der SPD auch zu einem wissenschaftlichen Experiment des Instituts. Diese Überlegung bestimmte auch die Abfolge der Umfragen mit einer Welle im Frühjahr 1956 und einer im Frühjahr 1957. Damit wurde beabsichtigt, die Veränderungen in der Meinungsbildung zu verfolgen. Es wurde nur ein Teil der Umfrage (die erste Welle) von der SPD finanziert. Den Rest inklusive einer Nachwahlbefragung trug DIVO selber unter Beteiligung einiger amerikanische Sozialwissenschaftler, namentlich Lloyd A. Free.¹³⁴ Auf diese Weise kam die SPD zu einer frühzeitigen Planung der Auswertung der Wahlergebnisse. Neben der herkömm-

jedoch nur die interne Umfrage von Flatau umgesetzt. Vgl. Brief Heine an Gleitze am 12. 11. 1954, AdsD NL Bruno Gleitze Werbe-Ausschuß.

¹³⁰ Für Baden-Württemberg bemühte sich der PV 1955 darum. Emnid lehnte aber im Oktober 1955 diese Auftragsanfrage des Parteivorstandes aus Überschneidungsgründen ab. Es handelte sich um eine Nachwahluntersuchung zu den Bremer Bürgerschaftswahlen, die der Vorstand dann aus Zeitgründen in eine Untersuchung für die Wahlen in Baden-Württemberg umwandelte und an DIVO vergab. Vgl. Briefwechsel Heine/Stackelberg Oktober/November 1955, AdsD 2/PVAJ000024; vgl. auch Fn. 132.

¹³¹ Vgl. RS, Januar 1955, AdsD PV 01355; weitere Auszüge in AdsD NL Gleitze Werbe-Ausschuß. Als Gleitze im September 1954 auf eine Anfrage des Landesgeschäftsführers der SPD in Berlin Emnid empfahl, war die Berliner SPD längst in Gesprächen mit DIVO, Brief Gleitze an LV Berlin am 4. 9. 1954, AdsD NL Gleitze Schriftwechsel 1949–1954; vgl. auch für Planung und Durchführung kleinere Hinweise in den Unterlagen des SPD-Landesverbandes Berlin: AdsD 3/BEAB000553; AdsD 3/BEAB000560; für Planungen zur Nachfolgestudie für 1958 vgl. Protokolle des Landesvorstandes Berlin am 27. 5. 1957 und 30. 11. 1957, in denen die Ähnlichkeit der Umfrage zu 1954 betont wird, AdsD 3/BEAB000558; Fragebogen in AdsD 2/PVAJ000625.

¹³² Vgl. Briefwechsel Heine/DIVO am 31. 10. 1955 und 9. 11. 1955, AdsD PV 0912.

¹³³ Vgl. als Beispiel Bernd Feddersen an Heine am 10. 3. 1954, Memorandum zur wissenschaftlichen Meinungsforschung im Dienste politischer Propaganda und Meinungsbildung, AdsD 2/PVAJ000193; vgl. Rundschreiben o.D. mit einer Liste zur Werbepsychologie mit wichtigen Titeln der 50er Jahre (Carl Hundhausen, Peter Hofstätter), AdsD 2/PVAJ000191; für Beiträge der öffentlichen Debatte siehe Kap. 3.2.a, S. 199, Fn. 9 und allgemeiner Kap. 5.2.a.

¹³⁴ In der englischsprachigen Beschreibung findet sich der Hinweis auf Lloyd A. Free als finanziellem Unterstützer und weitere Verweise auf eine inhaltliche Unterstützung durch Seymour Martin Lipset und Stein Rokkan. Vgl. englischsprachiges Studiendesign der DIVO-Studie 1957, AdsD PV 05147. Hartenstein nennt in einem Schreiben an die Verf. am 22. 5. 2003 als Finanziers der zweiten

lichen Auswertung wurden die Daten zusätzlich nach spezifischen Wünschen des Parteivorstandes, nach gruppenspezifischen, demographischen, schicht- und statusbezogenen Merkmalen, Rolle der parteipolitischen Werbung und anderen Aspekten der Motive für die Wahlentscheidung nach spezifischen Gruppen ausgewertet.¹³⁵

Daneben bemühte sich die SPD um weitere eigene Auswertungen, die wie gehabt beim Organisationsreferat angesiedelt waren und über die Untergliederungen beziehungsweise eine erneute Zusammenarbeit mit den statistischen Ämtern liefen. Da sich die Zusammenarbeit mit dem statistischen Bundesamt jedoch nicht wie geplant verwirklichen ließ, wurden unter Hilfestellung der drei Sozialforscher die amtlichen Ergebnisse bis auf Stimmbezirksebene aufgesplittet.¹³⁶ Als besonderes Element der Nachwahluntersuchung fungierte eine von der Untergliederung mitfinanzierte lokale Spezialuntersuchung in Bremen, die die Motive der Wahlentscheidung genauer beleuchten sollte.¹³⁷

Die Befragungen durch DIVO 1956 und 1957 erhielten eine Schlüsselstellung in der Planung des Wahlkampfes. Um die Zusammenarbeit zwischen dem Parteivorstand, DIVO und den drei Wissenschaftlern zu vereinfachen, gingen zwei der drei Akademiker eine Kooperation mit DIVO ein, indem sie sich in der Bad Godesberger Filiale, die von dem Meinungsforscher Gerhard Baumert geleitet wurde, anstellen ließen.¹³⁸ Sie bildeten damit das Scharnier zwischen DIVO und der SPD und vermittelten zwischen Demoskopie und Politik, indem sie gemeinsam mit den politischen Akteuren die Fragestellungen des Fragebogens entwickelten, der dann von DIVO verarbeitet wurde. Anschließend werteten sie die dann vorliegenden Daten der Studie aus und legten Spezialauswertungen vor, zum Beispiel zu Stellung und Chancen der SPD bei der Arbeiterschaft.¹³⁹ Für die Auswertungen stellte DIVO auch die Lochkarten der gesamten Untersuchung zur Verfügung.¹⁴⁰ Fast unmerklich

Befragungswelle Free, Hadley Cantril und Gabriel Almond; vgl. für Hinweis auf die Studie auch E. K. SCHEUCH/R. WILDENMANN (Hrsg.), *Soziologie der Wahl*, 1965, Anhang.

¹³⁵ Vgl. Unterlagen von DIVO zur Nachwahluntersuchung (Brief vom 17.11.1957) und Brief von DIVO (Peter Schmitt) an Heine am 17.1.1958, AdsD 2/PVAJ000449. Für das Entgegenkommen des Instituts erleichterte Heine ihm den Zugang zu Mandatsträgern im Rahmen einer internationalen Parlamentarier-Umfrage.

¹³⁶ Vgl. RS Kukil an alle Bezirke am 2.2.1957, AdsD PV 01546 A; RS 60/57 an alle Bezirke am 9.8.1957, AdsD PV 0987 B; Korrespondenz über Wahlkreisblätter intern und mit Statistischem Bundesamt in AdsD PV 01207 C; Briefwechsel mit Bundeswahlleiter 1957, AdsD PV 01207 B.

¹³⁷ Vgl. die erläuternden Ausführungen in der Darstellung, »Die Spezialerhebung in Bremen«. Vgl. deutsche Version, AdsD 2/PVAJ000449; englische Version, AdsD PV 05147; über Bremer Untersuchung vgl. Richard Boljahn im WPA am 25.10.1957, AdsD 2/PVAJ000305; Fragebogenentwurf in AdsD PV 05147.

¹³⁸ Sie blieben dort zunächst Mitarbeiter, arbeiteten aber nebenbei für die SPD, da DIVO sich neue Aufträge davon versprach. Auskunft von Wolfgang Hartenstein (Interview am 13.11.2001).

¹³⁹ Vgl. Vorschlag für Fragebogen von Schubert und Liepelt an Heine am 18.12.1955, AdsD 2/PVAJ000194; W. Hartenstein/K. Liepelt/G. Schubert, *Arbeiterschaft vor der Bundestagswahl 1957*, Juli 1957, in AdsD PV 04878; weitere Auswertung: »Bevölkerung und SPD. Stichworte zur Meinungslage« in AdsD 2/PVAH000035.

¹⁴⁰ Vgl. dazu Aussage Heines im WPA am 28.1.1956, S. 13, AdsD 2/PVAJ000304. Dies dürfte der Grund dafür gewesen sein, warum bei einer späteren Zusammenstellung aller DIVO-Unterlagen zum

verschob sich damit für die SPD-Führung der Schwerpunkt der demoskopischen Beobachtungen von den Ausarbeitungen Bruno Gleitzes auf die konzeptionellen und empirischen Arbeiten der Bad Godesberger Sozialforscher und DIVO.

Die Zusammenarbeit mit der SPD-Führung stellte sich für die drei Sozialwissenschaftler als Herausforderung dar. Heine ließ sich nicht so einfach wie die CDU und die Mitarbeiter des Bundespresseamtes davon überzeugen, daß er keine Kompetenz zur Formulierung des Fragebogens besaß. Es brauchte viele Gespräche und vier Fragebogenentwürfe, bis der Fragebogen stand, da Heine –im Gegensatz zu den gefragten Mitgliedern des Werbeausschusses – viele Formulierungswünsche äußerte.¹⁴¹ So fanden Fragen mit ›Bestätigungscharakter‹ Eingang in den Fragebogen, mit der Folge, daß klare Fragen nach den dringendsten politischen Aufgaben zugunsten verschiedener unklarer, offener Fragestellungen verschwanden. So wurde beispielsweise die Frage eingebaut, was die SPD, falls sie an der Regierung beteiligt würde, tun beziehungsweise *nicht* tun sollte. Daß diese Frage nicht funktionierte, zeigte sich in einer fast fünfzigprozentigen Verweigerungsquote.¹⁴² Weiterhin ungewöhnlich und auf die Durchsetzungskraft Heines zurückzuführen scheint die Konzentration auf Fragen zur CDU zu sein. Fragen zu Adenauer und seinem Image, der Zufriedenheit mit ihm u. a. wurden oft gestellt, aber keine einzige Frage zu Ollenhauer eingebaut.¹⁴³ Der Slogan ›Ollenhauer statt Adenauer‹ von 1953 wurde damit zwar nicht wiederholt, aber der Fehler variiert. Auf diese Weise formulierte sich die Selbstdarstellung der SPD erneut in negativer Perspektive aus der Abgrenzung zur CDU und zu Adenauer heraus. Überlegungen zur Auswertung spielten bei der Entwicklung der Fragen keine Rolle, abgesehen von dem allgemeinen Bedürfnis, wissen zu wollen, wo der Bevölkerung ›der Schuh drücke‹. Allerdings ist mit Blick auf die Quellenlage zu berücksichtigen, daß vieles nur in direkter Absprache stattfand und nicht schriftlich festgehalten wurde.¹⁴⁴

Die Aufgaben der drei Akademiker beschränkten sich nicht auf die Auswertung des bereits vorliegenden Umfragematerials und die Zusammenarbeit zur Erstellung der Fragebögen und deren Auswertung. Sie werteten die Umfragen der Jahre 1953 bis 1955 – parallel zu Gleitze – aus und nutzten dafür das Rechenzentrum des Darm-

Zwecke der Aufbereitung im ZA Köln ausgerechnet die Lochkarten dieser Umfrage fehlten. Vgl. für Angaben zur Sammlung M. KAASE, Politische Meinungsforschung, 1977, S. 455, 473 (Fn. 18).

¹⁴¹ Vgl. Heine im WPA am 3.2.1956, S. 5, AdsD 2/PVAJ000304; Brief Heine an Mitglieder des WPA und Kukil zum Fragebogenentwurf am 3.3.1956, AdsD 2/PVAJ000307 und im Februar 1957, AdsD 2/PVAJ000310; zur Auswertung vgl. auch Zusammenfassung in AdsD NL Gleitze Werbe-Ausschuß.

¹⁴² Vgl. Fragebogen Nr. 1 in AdsD 2/PVAJ000382.

¹⁴³ Vgl. mit einer Ausnahme Fragebogenentwurf Nr. 3 vom 19.3.1957 mit Frage Nr. 32 und Extra-Auswertung der Fragen dahinter, AdsD 2/PVAJ000194, darin auch die Trendzahlen.

¹⁴⁴ Vgl. DIVO, Auswertungsplan anhand der Fragennummern, die drei Sozialforscher mit einer thematisch geordneten Übersicht (›Gesichtspunkte zur Erfassung des Umfragematerials‹) versahen, die sowohl für die Sekundärauswertung als auch in einer zweiten Version für die aktuelle Umfrageauswertung zu gelten schien, Brief Heine zur Umformulierung und Umordnung der Fragen, ohne Datum, in ebd.; Teile (zur Auswertung) auch in AdsD 2/PVAJ000382.

städter Instituts für praktische Mathematik.¹⁴⁵ Im Laufe der Vorbereitungen des Wahlkampfes 1956 legten sie neben den Auswertungen der DIVO-Umfrage mehrere Memoranden über die psychologische Anspruchsmöglichkeiten von Wählern sowie einzelne mathematische Analysen zur Berechnung bestmöglicher Gewinne vor.¹⁴⁶ Für die heiße Phase des Wahlkampfes erfüllten sie die Aufgabe von Werbeberatern: Sie entwarfen ein »Wahlpropaganda-Schema«, das Wähler nach ihren Präferenzen und Ausrichtungen nach dem Rechts-Links Schema differenziert aufzählte. Dazu gehörte eine tabellarische Übersicht über die Sozialstruktur der Bevölkerung, zugeordnet nach prozentualen Angaben und verschiedenen Wahlpräferenzen und Themen. Auf diese Weise kam das demoskopische Deutungsangebot, das sich in seinen Anlagen als Vorform der Lagertheorie darstellte, der an Klassengrenzen anschließenden Blockvorstellungen der SPD entgegen. Die Einsichten erhielt der Parteivorstand jedoch erst, als der Wahlkampf schon auf vollen Touren lief.¹⁴⁷

Welche Auswirkungen auf die Wahlkampfführung der SPD besaßen die demoskopischen Bemühungen? Bei der Betrachtung des Wahlkampfes der SPD und ihrer Umgangsweise mit demoskopischen Ergebnissen ergibt sich ein diffuses Bild. Auf der einen Seite ließ sich die SPD in ihrer Ausrichtung des Wahlkampfes stark auf demoskopische Befunde ein. Den Themenschwerpunkt bildete das demoskopische als prioritär befundene Thema der Preisentwicklung, das sich bereits in der ersten Umfrage herauschälte. Dabei ging sie von der Logik des Verstärkerprinzips aus, in der Annahme, daß ein für die CDU schädliches Thema gut für die SPD sei und daß sie nur die an der Bundesregierung geäußerte Kritik aufnehmen und weiterführen müsse. Diese Fragen wurden allerdings nahezu ausschließlich im sich auch während des Wahlkampfes nur alle zwei Monate treffenden Werbe- und Propagandaausschuß diskutiert. Im Herbst 1956, als sich der Ausschuß zum ersten Mal intensiv mit den Zahlen beschäftigte, wurde angesichts der letzten für die SPD durchgeführten Emnid-Zusatzfragen im Ausschuß klar erkannt, daß die DIVO-Umfrage des Frühjahrs 1956 bereits veraltetes Material bot, da sich die Situation geändert hatte. Aber aus finanziellen Gründen wurde auf eine vorzeitige neue Umfrage verzichtet und so das Ausmaß der Hilflosigkeit in der Umgangsweise mit Meinungsforschung deutlich. Der politische Kurs wurde mangels anderer Ideen beibehalten. Der Ausschuß konzentrierte sich außerdem zunehmend auf die Begutachtung von Werbematerialien.

¹⁴⁵ Dieses Institut wurde über mehrere Jahre für aufwendige Auswertungen genutzt, z.B. für die Auswertungsberechnungen der Wahlergebnisse 1957 in einer »wahlsoziologischen Gesamtrechnung«, die von einem Diplom-Mathematiker am Institut für praktische Mathematik (Prof. A. Walther) ausgeführt wurde, AdsD PV 05147; Auskunft Hartenstein am 22. 5. 2003. Für Gleitzes Berechnungen 1952–1957 vgl. AdsD NL Gleitze Werbe-Ausschuß oder auch ZASS I.

¹⁴⁶ Vgl. z.B. die Berechnung möglichen Wahlverhaltens nach bestimmten Bevölkerungsgruppen und deren Wahlbeteiligung: »Mathematische Analyse des Wahlvorgangs«, AdsD 2/PVA]000382. Insgesamt ist die Überlieferung der Unterlagen zu diesen ersten Untersuchungen und Texten äußerst dürftig.

¹⁴⁷ Vgl. PV-Sitzung am 14. 8. 1957, in dem keine Diskussion dazu festgehalten wurde; tabellarischer Anhang in AdsD 2/PVA]000386.

Korrespondierend nahm die Aufmerksamkeit gegenüber den demoskopischen Befunden ab. Diskussionen um erreichbare und nicht erreichbare Wähler als ›Zielgruppen‹ absorbierte die verbleibende demoskopische Aufmerksamkeit des Ausschusses, so daß der Ungarn-Aufstand, obwohl er bereits von Zeitgenossen als wahlentscheidend betrachtet wurde, kaum Beachtung fand.¹⁴⁸ So blieb es bei der Preispolitik als zentralem Thema, und als die Ergebnisse der nächsten, wie geplant durchgeführten Umfrage vorlagen, hatte sich das Blatt bereits gewendet und die Wahl war verloren.

Trotz allem waren Meinungsforschungsdaten immer noch stärker im Ausschuß vertreten als im Parteivorstand, in dessen Sitzungen die Demoskopie erst im Laufe des Wahlkampfes 1957 thematisiert wurde. Wenn sie erwähnt wurde, dann allerdings jeweils mit dem Hinweis, sich nicht nach dem Umfragen ausrichten zu wollen oder sich gar die Richtung vorgeben zu lassen. Dem Vorwurf Gleitzes an Heine, die Daten würden im Parteivorstand nicht genug Berücksichtigung finden, entgegnete Heine, daß die Weitergabe ausreiche.¹⁴⁹ Da sich weder Werbeausschuß noch Parteivorstand mit den Daten intensiv auseinandersetzten und es keine zentrale Steuerungseinheit gab, blieb es dem Büro des hauptamtlichen Vorstandes oder genauer: Heine allein überlassen, mit den Zahlen zu arbeiten. Heine präsentierte also, Siegeszuversicht demonstrierend, auf Pressekonferenzen Umfragedaten, die günstig für die SPD und schlecht für die CDU aussahen.¹⁵⁰ Die im Pressedienst parallel zu den Sitzungen erschienenen Erklärungen erweckten den Eindruck in ihrer Kommunikation nach außen, die SPD habe sich gründlich mit den jeweils neuesten Umfragen beschäftigt und werde ihren Wahlkampf darauf aufbauen.¹⁵¹ Dieses Vorgehen sorgte dafür, daß Meinungsforschung zu einem wichtigen medialen Element des Wahlkampfes wurde, was wiederum in den Medien den Eindruck der starken Nutzung durch SPD (wie auch CDU) erzeugte und dies wiederum der öffentlichen Debatte über die demokratische Rolle der Meinungsforschung Vorschub leistete.¹⁵²

Heine setzte als Chef der Propaganda im Laufe des Wahlkampfes eigene Schwerpunkte jenseits des im Ausschuß und Parteivorstand geplanten positiven Wahlkampfes. Er koppelte seine Aussagen auch nicht mehr an demoskopische Ergebnisse, sondern übte sich wie bereits 1953 in harter ideologischer Auseinandersetzung, um – wie er glaubte – sich notwendigerweise gegen die Diffamierungen Adenauers (Stichworte: Die SPD sei der Untergang Deutschlands; Ollenhauer sei Jude) zu verteidigen.¹⁵³ Innerparteilich ging er weiterhin mit Hilfe von Umfragen vor. Im Juli 1957

¹⁴⁸ Vgl. die Diskussion zu Umfragedaten im WPA am 28. 9. 1956, S. 9 ff., AdsD 2/PVAJ000304.

¹⁴⁹ Vgl. Auseinandersetzung Heine/Gleitze im WPA am 3. 5. 1957, S. 10 f., AdsD 2/PVAJ000305; Diskussion im PV (über Umfrage zu Preisen) am 01./2. 6. 1956 und Warnungen von Erler, Ollenhauer u. a. in den Diskussionen am 21. 2. 1957 und 14. 8. 1957.

¹⁵⁰ Vgl. Hans Ulrich Kempfski, »Im Olymp der SPD-Funktionäre«, SZ vom 10. 9. 1957.

¹⁵¹ Vgl. Pressedienste Mitte 1956–März 1957, Anlagen zu den Protokollen des PV 1956/57. Auch Klotzbach ist der Meinung, daß die SPD ihren Wahlkampf nach den Daten von DIVO ausrichtete, K. KLOTZBACH, Weg zur Staatspartei, 1996, S. 391–396.

¹⁵² Vgl. Kap. 5.2.a.

¹⁵³ Vgl. S. APPELIUS, Heine, 1999, S. 289–294; U. W. KITZINGER, Wahlkampf 1957, 1960, hier insbes. S. 89 und 99 ff.

erstellte Gleitze eine auf die monatlichen Emnid-Umfragen aufbauende »Wahlkampf-Diagnose«, die sich mit der Quote der noch nicht entschiedenen Wähler, aufgeschlüsselt nach verschiedenen Gruppen und ihrem »typischen« Wahlverhalten in Vergleich zu bisherigen Umfragen und dem Wahlergebnis, beschäftigte und die darin steckenden Mobilisierungspotentiale (»Arbeiter, Angestellte und Rentner mit Frauen«) aufzuzeigen versuchte.¹⁵⁴ Durch Heines starke Eingriffe in Gleitzes Text erhielt dieser entgegen seiner ursprünglichen Aussage eine eher positive Aussage zu Wahlchancen. Er verfolgte damit einen motivierenden statt informierenden Zweck, als er diese Diagnose in der Partei kursieren ließ, betrieb also auch intern Wahlkampf.¹⁵⁵

Weitere schlechte Trendumfragen bewirkten Anfang September schärfere Briefe an die Untergliederungen. Mit Hinweisen auf die August-Ergebnisse von Emnid forderte Heine die Landesverbände und Bezirke gemäß ihrer Abweichung vom Bundesdurchschnitt im Hinblick auf Wahlbeteiligung und Geschlechterproportion auf, diese Defizite durch Propaganda aufzuholen.¹⁵⁶ Als Heine die letzten Umfrageergebnisse von Emnid und DIVO vor der Wahl mit den eindeutig negativen Vorzeichen erhielt, gab er sie gar nicht mehr weiter.¹⁵⁷ Die während des Wahlkampfes einsetzenden, demoskopisch vorstrukturierten Anweisungen an die Untergliederungen bedeuteten eine Abkehr von der vormaligen Umgangsweise, den Untergliederungen das Material ohne Hinweise auf bestimmte Handlungsoptionen zur Verfügung zu stellen und ohne deren Beachtung oder sonstige Rezeption in den Untergliederungen zu überprüfen. Der Wandel machte das Ausmaß der Verzweigung über die Aussicht, die Wahl erneut zu verlieren, ebenso deutlich, wie die Umgangsweise mit den Daten die Einstellung gegenüber ihrem Nutzen verriet. Waren die Daten nicht zur Bestätigung der eigenen Ansichten und guten Aussichten geeignet, verschwieg man sie oder setzte sie notfalls als Druckmittel ein.

Auf diese Weise hatte der Parteivorstand zwar erstmals Daten ausführlich erheben lassen und sie auch partiell eingesetzt, doch dabei die Arbeit einem nicht entscheidungskompetenten, wenn auch konzeptionell diskussionsfreudigen Gremium beziehungsweise Heine allein überlassen. Die Vorstellung, Meinungsforschung gehöre in den Bereich der Propaganda, hatte sich damit negativ auf die Nutzung der Daten ausgewirkt und die erstmalig berechneten Datenmengen wertlos für den politischen Einsatz werden lassen. Die innerparteilichen Diskussionsstränge um Mitglieder und deren Beobachtung, Organisations- und Wählerstatistik sowie Wählerbeobachtung verdichteten sich aber Mitte der fünfziger Jahre zu einem Organisationsdiskurs, der

¹⁵⁴ Vgl. für die Aufbereitung der monatlichen Berichte von Emnid die Schreiben von Gleitze an Heine 1957 in AdSD NL Gleitze Schriftwechsel 1955–1966.

¹⁵⁵ Vgl. die zwei Versionen »Wahlkampf-Diagnose Juli 1957« (Gleitzes Text: 15. 8. 1957 und auch mit entsprechendem Tenor in einem Brief vom 12. 8. 1957, Heines Version, o. D.), AdSD 2/PVAJ000449.

¹⁵⁶ Vgl. die Briefe von Heine am 06. und 7. 9. 1957, ebd.

¹⁵⁷ Stackelberg rief Heine an, um ihm die Ergebnisse der letzten Trendumfrage vor der Wahl mitzuteilen. Vgl. Telefonnotiz von Heine am 10. 9. 1957 und verschiedene Mitteilungen: Ergebnisse von DIVO, ebd.

die Entwicklung der nächsten Jahre prägen sollte und tatsächlich eine Pfadentwicklung anzeigte. Konkreter Anlaß der Umorientierung war der durch den erneuten Wahlverlust eintretenden ›Riß des diskursiven Netzes‹, war der Umstand, daß die schlechten Erfahrungen so stark erfahrbar wurden, daß die bisherigen Annahmen über ›die Welt‹ korrigiert werden mußten. So sah sich die SPD gezwungen, nun durch eigenen Wandel anzupassen, statt die dissonanten Aspekte in der eigenen Konstruktion der Wirklichkeit in alte Deutungsschemata hineinzuzwängen. Dazu bot ihr die Meinungsforschung Hilfe und Gelegenheit.

2. Infas: Die Gründung der eigenen Meinungsforschung 1957–1962

Zwischen 1957 und der folgenden Bundestagswahl 1961 vollzog die SPD einen folgenreichen und tiefgreifenden Wandel, der in der Parteigeschichte einer der am intensivsten untersuchten Wandlungsprozesse sein dürfte. Der organisatorische, programmatische, personelle und nicht zuletzt politisch-strategische Wandel fand weder plötzlich noch in allen Aspekten gleichzeitig statt, sondern war durch Verwerfungen und Verzögerungen sowie lange Vorläufe geprägt. Die meisten Untersuchungen zur SPD rückten bislang überwiegend personelle Fragen wie die der Durchsetzung Herbert Wehners und der mit seinem Namen verbundenen Organisationsreform nach 1958 sowie der Wahl Willy Brandts zum Kanzlerkandidaten der SPD und der mit ihm identifizierten Politik des »neuen Stils« in den Vordergrund.¹ Dabei wird der politisch-strategische Wandel der SPD zumeist symbolisch auf die Bundestagsrede Herbert Wehners am 30. Juni 1960 datiert.² Und nicht zuletzt steht das Godesberger Programm im Zentrum der Veränderungen, als grundlegender Einschnitt in die ideologisch-programmatische Tradition der Partei, und wird nicht zu Unrecht als Grundstein einer Entwicklung zur ›Volkspartei‹ gedeutet, die mehr als programmatische Konsequenzen mit sich brachte.³

Mit allen diesen einzelnen Aspekten verband sich jedoch eine grundsätzliche Veränderung in der Vorstellung von Gesellschaft und der Politik und ihrem Verhältnis zueinander. Diese Verschiebungen und neuen Deutungen lassen sich am besten durch einen genauen Blick auf die organisatorischen Aspekte und praktischen Auswirkungen des Wandels anhand der Demoskopie als im Zentrum der Macht eingesetztes Instrument beobachten. Wie wurde die Demoskopie in die Parteiorganisation und Parteipolitik integriert? Um einen Einblick in die Vorgehensweise der Demoskopie und ihren Stellenwert für die SPD zu erhalten, wird die parallele Zu-

¹ Vgl. K. KLOTZBACH, *Weg zur Staatspartei*, 1996; als neue Biographie zu Brandt vgl. P. MERSEBURGER, *Willy Brandt*, 2002; zur Einordnung der Reform der SPD in die bundesrepublikanische Geschichte vgl. z. B. M. GÖRTEMAKER, *Geschichte der BRD*, 1999, S. 371–378.

² Vgl. für den Wandel der SPD ab 1960 als politisch-strategisches Konzept v. a. B. W. BOUVIER, *Zwischen Godesberg und Großer Koalition*, 1991.

³ Vgl. P. LÖSCHE/F. WALTER, *Die SPD*, 1992; K. SCHÖNHOFEN, *Sozialdemokratie im Wandel*, 1998.

sammenarbeit zwischen den Abteilungen und dem Institut einerseits und der Nutzung der Demoskopie durch die politische Spitze andererseits analysiert.

a) Die Agenda der Demoskopien: Durchsetzungsstrategien und Argumentationen

Die Niederlage bei der Wahl 1957 bildete den Rahmen und das nach außen sichtbare Moment für die Offenheit gegenüber der Meinungsforschung als wissenschaftliches Hilfsmittel der Politik. Der Schock über das Ergebnis der Wahl saß tief, denn schließlich hatte niemand ernsthaft mit einer absoluten Mehrheit für die CDU gerechnet. Die Enttäuschung dynamisierte die Nachwahldebatte, die zu dem Ausbruch einer schon seit Jahren schwelenden Organisationsdebatte führte. Insbesondere über Heine stürzte eine innerparteiliche Beschwerdeflut und öffentliche Kritik herein.⁴ Der Tenor war, daß die Werbung schlecht und unkoordiniert gewesen sei; Untergliederungen forderten in Unkenntnis über die tatsächliche Tätigkeit ihres Vorstandes Umfragen zum Wahlergebnis und Beteiligung von Profis für die Werbung ein.⁵ Am Ende stand 1958 eine grundlegende Reform der Organisation des Parteivorstandes. Darin wurden der besoldete Vorstand abgeschafft, ein Präsidium eingerichtet und einige personelle Wechsel vorgenommen. Die Aufgaben Fritz Heines wurden arbeitsteilig von Herbert Wehner (Organisation und Presse) und Waldemar von Knoeringen (Werbung) übernommen.⁶ Desweiteren wechselte die Besetzung des Parteisprechers und des leitenden Mitarbeiters in der Werbe-Abteilung, so daß in diesem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit eine neue Führungsriege entstand.

So sehr die SPD durch das Wahlergebnis 1957 einen kritischen Punkt der Selbstwahrnehmung erreicht hatte und sich die Erschütterung des Weltbildes als Machtdiskussion und Reformbedarf äußerte, so sehr hatten dieser Wahlkampf sowie die treffsicheren Prognosen der verschiedenen Institute auch das Vertrauen in die Meinungsforschung gesichert und gestärkt. Dementsprechend suchte die SPD nun verstärkt Hilfe bei der Demoskopie auf der »Suche nach der Wirklichkeit« einer sich verändernden Gesellschaft.⁷ In diesem Sinne fand die bis dahin eher experimentelle Suchbewegung ein Ende. Die SPD entschied sich für die systematische Nutzung der Meinungsforschung zu einem Zeitpunkt, als einerseits die Daten zu einem bekannten Teil der Medienberichterstattung (vor der Wahl) geworden waren, andererseits aber bereits ein erster Höhepunkt in der Diskussion um die manipulatorische und die Demokratie aushöhlende Nutzung der Demoskopie erreicht worden war. Die stärkste Kritik war dabei von einem SPD-Mitglied und ehemaligem Mitarbeiter der Bundestagsfraktion, Wilhelm Hennis, vorgebracht worden. Diese Debatte wurde

⁴ Vgl. beispielsweise die Korrespondenz mit C. Stulginski, Mai 1957, AdSD 2/PVAJ000095; Hans Schliestedt, August 1957, AdSD 2/PVAJ000083; vgl. auch S. APPELIUS, Heine, 1999, S. 297–306.

⁵ Vgl. u. a. Entschließungen der Unterbezirke Rheydt und Mönchengladbach, AdSD PV 0961.

⁶ Über Waldemar von Knoeringen gibt es bislang nur eine politische Biographie, die wenig über seine Arbeit im PV sagt, vgl. H. MEHRINGER, Waldemar von Knoeringen, 1989.

⁷ Ganz ähnlich lautete der Titel einer Aufsatzsammlung des wirkungsmächtigsten Soziologen der fünfziger Jahre: H. SCHELSKY, Suche nach Wirklichkeit, 1965.

jedoch innerhalb der SPD weitgehend ignoriert.⁸ In den parteinahen Publikationen wurde das Thema ansonsten am Rande zur Kenntnis gebracht, wenn etwa Meinungsforschung als notwendige Modernisierung der Werbung in der *Neuen Gesellschaft* angesprochen und auch Hennis' Buch rezensiert wurde. Allerdings lag der Schwerpunkt der Diskussion auf den demokratiethoretischen Implikationen und Maßnahmen sozialistischer Werbung durch Aufklärung. Die SPD verhielt sich damit insgesamt größtenteils ablehnend gegenüber der Meinungsforschung als Steuerungsinstrument.⁹

Daß bereits teilweise vor oder direkt nach den Wahlen verschiedenste Ideen zur zukünftigen Vorgehensweise in Werbung und deren Organisation vorgebracht wurden, erzeugte Handlungsdruck. Heine brachte gleich auf der zweiten Sitzung des Parteivorstandes seinen Vorschlag vor, ein wissenschaftliches Institut der Partei zu gründen. Er setzte diesen Vorschlag einer allgemeinen Diskussion entgegen, die sich als enttäuschte Hoffnung auf die als bindungslos und manipulierbare Massen geschmähten, spät entschlossenen Wähler darstellte: »In England und Holland haben unsere Genossen diese Institute. [...] Seit Monaten haben wir eine Analyse über die Einstellung der Arbeitnehmerschaft gehabt, ohne daß jemand darauf einging.«¹⁰ Ihm lag die Meinungsforschung sehr am Herzen, wie auch seine Vorstellungen von einer Neugestaltung der generellen Arbeit in der Parteispitze mit der wichtigsten Aufgabe, »zu ergründen, was in den breiten Schichten unseres Volkes vorgeht«, bezeugen.¹¹ Als Vorbild dieser Überlegungen zog er Vorgänge in den Schwesterparteien in den Niederlanden und Großbritannien heran. Im Werbe- und Propaganda-Ausschuß hatte der Werbechef der holländischen Arbeiterpartei bereits erstmals 1955 von deren wissenschaftlichem Büro sowie Wahlkampfgestaltung berichtet.¹² Abgesehen von seinem internationalen Engagement in dem Expertenausschuß für Werbung und Propaganda bei der Sozialistischen Internationalen, hatte Heine durch Wahlkampfbeobachtungen im Ausland die Demoskopie und die Organisation der anderen Parteien schätzen gelernt, hatte also auf gewisse Weise die internationale

⁸ Vgl. als Ausnahme den Abdruck eines Vortrags Elisabeth Noelle-Neumanns: »Politische Meinungsforschung und demokratische Praxis«, Vorwärts vom 13. 12. 1957; vgl. auch Kap. 3.2.c. S. 224.

⁹ Hennis selber erhielt seitens der SPD keinerlei Reaktion. Interview der Verf. mit Wilhelm Hennis am 19. 10. 2001; W. ABENDROTH, Demokratie und Demoskopie, 1957; zur Auswertung der Ergebnisse und Nachwahluntersuchung W. HARTENSTEIN/K. LIEPELT/G. SCHUBERT, Die Septemberdemokratie, 1958; für die weitgehendsten Vorschläge in der innerparteilichen Publizistik vgl. K. BESSER, Werbung im Wahlkampf, 1956, und J. FEDDERSEN, Politik muß verkauft werden, 1958; eine Antwort auf Better erfolgte von K. SCHÜTZ, Politik und politische Werbung, 1957; ablehnend der Artikel von W. EICHLER, Wählermanipulierung, 1958. Lieber warnte vor einem »politischen Umschlag in die der Diktatur artverwandte Stimmungsdemokratie«, H. J. LIEBER, Kritisches, 1957, S. 56.

¹⁰ Heine im PV am 25. 9. 1957. Mit der Arbeitnehmerstudie war gemeint: W. Hartenstein/K. Liepelt/G. Schubert, Arbeiterschaft vor der Bundestagswahl 1957, Juli 1957, in AdSD PV 04878.

¹¹ Beitrag Heine zur Reorganisation des PV in der PV-Sitzung am 20. 11. 1957.

¹² Vgl. Sluysers im WPA am 15. 3. 1955 und 3. 7. 1956, AdSD 2/PVAJ000304; AdSD 2/PVAJ000303. Zuvor hatte Heine den Wahlkampf in den Niederlanden beobachtet.

Perspektive für Kommunikation im Wahlkampf integriert.¹³ So diente auch das wissenschaftliche Büro der Labour Party als Vorbild seines Exposé »Vorschlag zur Einrichtung einer parteiinternen Forschungsstelle«, wie er überhaupt häufig auf die aus dem Exil gut bekannte Labour Partei für Reformvorschläge zurückgriff. Seinen Vorschlag verschickte er, zusammen mit dem für ihn übersetzten, passenden Abschnitt aus einem Bericht zur Jahreskonferenz der Labour Partei, noch im Oktober 1957 an die drei Sozialwissenschaftler Hartenstein, Schubert und Liepelt.¹⁴ Mit jenen überarbeitete er auf dieser Grundlage das Exposé zur Gründung eines parteiinternen Forschungsinstituts, das dem Werbe- und Propaganda-Ausschuß bereits im Oktober 1957 zur Diskussion vorgelegt wurde.¹⁵

Der Entwurf für die Forschungsstelle stand ganz unter dem Eindruck der verlorenen Wahlen und der dringenden Notwendigkeit, sich den Wählern und auch den Mitgliedern der Partei annähern zu müssen. Dazu wurde gezielt auf die Hilfestellung der empirischen Sozialforschung gesetzt und konkret die Arbeit der drei Sozialwissenschaftler angesprochen. Daß sie an dem Text mitgearbeitet hatten, wird an dem wissenschaftlichen Duktus und an der vorwiegend sozialwissenschaftlichen Sprache deutlich, die Heine nicht verwendete. Heine sah die Meinungsforschung als zentrale wissenschaftliche Hilfe für die Werbung der Partei an, so daß die Forschungsstelle deutlich als Meinungsforschungsinstitut erkennbar wurde. Doch bezog er in das Exposé neben der empirischen Sozialforschung mit deren Schwerpunkten auf der Erkundung der Wählerschaft und den Beratungsleistungen auch die Partei(-organisation) mit ein. Zu gegebener Zeit sollten die Sozialwissenschaftler Entwürfe für eine Effizienzsteigerung der Organisation vorlegen und somit zu der Schulung der Mitarbeiter sowie der Koordination der Werbeaufgaben der verschiedenen Untergliederungen beitragen.¹⁶ Damit wurde das Institut zur Wunderwaffe im politischen Kampf, da es zugleich Werbung und Reorganisation der Partei umfaßte. Die Ideen wurden auch von Herbert Wehner aufgegriffen, der in internen Überlegungen Ende 1957 feststellt hatte, daß die Parteispitze ein zentrales Büro brauche, in dem die »Ermittlung« der »Meinungen, Bedürfnisse und Strömungen« in der Gesellschaft geschehen und in konzeptionelle Arbeit umgesetzt werden müß-

¹³ Vgl. »Bericht der Internationalen Sozialistischen Expertenkonferenz über Propaganda und Organisation« in Dorking, Surrey (GB), 29. 10.–3. 11. 1950, AdsD PV 04816. 1955 wollte der Ausschuß ein Unterkomitee für Meinungsforschung einsetzen, weil diese eine so große Bedeutung für die Werbung erlangt habe und man sich koordinieren wolle. Vgl. Brief Heine an Gleitze am 25. 5. 1955, in dem Heine versucht, ihn zur Mitarbeit zu überreden, AdsD NL Bruno Gleitze Werbe-Ausschuß. Vgl. die Korrespondenz mit verschiedenen Personen, darunter auch Shepard Stone, über Heines Vorbereitungen für eine Wahlkampfbeobachtungsreise in die USA: AdsD 2/PVAJ000053 und 2/PVAJ000095.

¹⁴ Vgl. die Übersetzung, das erste Exposé und weitere Unterlagen/Korrespondenz dazu in AdsD PV 0431.

¹⁵ Vgl. zweites Exposé AdsD 2/E00A000222. Die Kosten für eine solche Forschungsstelle schwankten je nach Ausstattung zwischen 42 000 und knapp 50 000 DM. Vgl. Aufstellung in AdsD PV 0431.

¹⁶ Vgl. [F. Heine], »Die grundsätzlichen Werbeaufgaben der nächsten 4 Jahre«, AdsD 2/PVAJ000302. Der Vorschlag wurde am 28. 3. 1958 im WPA diskutiert, AdsD 2/PVAJ000305. Weitere Vorschläge finden sich in AdsD 2/PVAJ000302.

te – ein knappes Jahr später sollte er als neuer Verantwortlicher für den Bereich im Parteivorstand dann seine Vorstellungen umsetzen können.¹⁷ Die von Wehner als zentral erachteten Tätigkeiten der Beobachtung, Auswertung und konzeptionellen Vorbereitung wollte Heine nun mit seinem Vorschlag auslagern. Damit war man sich zwar – so scheint es zumindest – einig, daß die SPD die Gesellschaft besser beobachten müsse, wollte sie als Partei erfolgreich sein. Doch blieb die Frage, wie dies geschehen sollte, in den folgenden Monaten zunächst unklar, da die Organisationsdebatte noch andauerte.¹⁸

Die drei Sozialwissenschaftler arbeiteten währenddessen mit Wissen und Duldung von DIVO – in Erwartung weiterer Aufträge – für den Parteivorstand und waren bei der Organisation und Ausführung bestimmter Veranstaltungen behilflich. So waren sie an einer internationalen Konferenz zur politisch-gesellschaftlichen Entwicklung in Großstädten 1958 beteiligt und bestritten danach einen nicht unerheblichen Anteil an einer Wiederholung dieser Konferenz in einem innerparteilichen Rahmen, um die Erkenntnisse der Tagung an die Partei weiterzugeben.¹⁹ Damit betrieben sie bereits die Umsetzung des in Heines Exposé beschriebenen Programms zur innerparteilichen Mitarbeit, Unterstützung und Fortbildung. Die drei hatten ihre Chance erkannt, durch eigenständiges Handeln ihre Positionen zu verbessern. Auch nachdem Heine aus seiner Funktion als Werbe- und Propagandachef auf dem Stuttgarter Parteitag im Mai 1958 abgewählt worden war, trieben sie ihren Plan voran. Im September reichten sie ein eigenes Memorandum zur Fortführung der Zusammenarbeit im Rahmen eines eigenständigen Instituts bei dem inzwischen zuständigen Waldemar von Knoeringen ein. Dieser gab den Text wiederum mit einer Befürwortung an Wehner und Alfred Nau als den entscheidenden Personen in den Bereichen Organisation, Werbung und Finanzen weiter. In diesem Memorandum wurden alle zuvor bereits in einzelnen Abhandlungen vorgebrachten Ideen und Bearbeitungsvarianten von Daten aufgegriffen und unter dem Dach einer empirischen Sozialwissenschaft im Dienste der Politik zusammengeführt, um einen einjährigen sogenannten »Forschungsauftrag« vorzuschlagen. Als Kostenvorstellung für diese einzurichtende Forschungsstelle wurden für ein Jahr 30000 bis

¹⁷ Vgl. Notiz von Wehner z.K. an Erler am 9.12.1957, »Die Arbeitsgrundlage der Parteispitze«, AdsD NL Erler 62.

¹⁸ So war wieder eine neue Organisationskommission eingesetzt worden, zu der Heine wiederum eine weitere Übersetzung eines »Zwischenberichts des Unterausschusses für Fragen der Parteiorganisation der Labour Party« anfertigen und verschicken ließ. Schließlich mündete die Diskussion in den Parteitag mit seinen radikalen Einschnitten. Vgl. Notiz Heine an Kukil am 14.1.1958, AdsD PV 01134; für den Verlauf der Organisationsdiskussion und -reform Klotzbach, S. 400–431.

¹⁹ Vgl. für die internationale Konferenz AdsD PV 0987 A; AdsD PV 01002 E; Aussage Hartenstein im Interview am 13.11.2001. Vgl. W. Hartenstein/K. Liepelt/G. Schubert [Infas], Die westdeutschen Großstädte: politische Struktur und Tendenzen; vergleichendes Zahlenmaterial zur politischen, wirtschaftlichen, sozialen und psychologischen Entwicklung in den Nachkriegsjahren. o.O. [Bad Godesberg], 1958 (Bibliothek der FES); Liepelt, »Falsche Vorstellungen über ›Hochburgen‹ und tatsächliche Entwicklungen in Großstadtbevölkerungen«, AdsD PV 01002 D.

50 000 DM genannt.²⁰ Für die Arbeitsbereiche der Werbung und Organisation steckten einige Ideen darin, die auf die Interessen der Empfänger des Memorandums für den jeweiligen Bereich wie zugeschnitten wirkten. Als Angebot an Wehner, der eigentlich eine »integrierte« Lösung bevorzugte, kann insbesondere die im Text angesprochene Kreiskartei gelten, eine Datensammlung über alle Unterbezirke. Sie weckte sein Interesse, da er sich für eine solche Kartei mit dem Wahlkreiszuschnitt bereits im Sommer 1958 ausgesprochen hatte. Er ließ seinen Mitarbeiter den Vorschlag begutachten.²¹ Knoeringens seinerseits verarbeitete die generellen Ideen zur wissenschaftlichen Unterstützung der Werbungsarbeit in seinem Exposé »Schwerpunktprogramm Werbung und Propaganda«, in das er die Tätigkeit der Sozialwissenschaftler als Grundlage der Wähleransprache und Mitgliederwerbung aufnahm.²² Beide, Wehner wie Knoeringens, erwärmten sich für die Arbeit der Sozialwissenschaftler und trugen zur Durchsetzung ihrer Pläne bei. Strategische und sprachliche Veränderungen des Textes bis zu der endgültigen Version »Sozialdemokratie und Sozialwissenschaft. Bericht über unsere Erfahrungen und Vorschläge für die zukünftige Arbeit« gingen sicherlich nicht allein auf die drei Wissenschaftler zurück, sondern auch auf Gespräche über das Memorandum mit Knoeringens und Wehner.²³ Bereits für die erste Sitzung des Werbe- und Propaganda-Ausschusses, der nun von Knoeringens geleitet wurde, hatte dieser, im Nachgang zu den beschlossenen Veränderungen des letzten Parteitage, eine EntschlieÙung zur Unterstützung seines »Plan Z« für die zukünftige Werbungsarbeit vorbereitet. Darin wurde zentral die Fortsetzung der demoskopischen Arbeit verlangt.²⁴ Zur Unterstützung referierte erstmals Klaus Liepelt im Werbeausschuß zu den »Ergebnissen soziologischer Grundlagenarbeit«. Damit ging die Aufgabe der Darstellung demoskopischer Befunde von Bruno Gleitze auf Klaus Liepelt über und komplettierte so den personellen Wechsel im Bereich von Werbung und Propaganda. Dies deutete auch einen symbolischen Generationswechsel in der wissenschaftlichen Beratung an, da Gleitze noch der »alten« Leitwissenschaft Ökonomie angehörte, während nun die neue Generation der Leitwissenschaft Sozialforschung nachrückte. Dieser Generationswechsel war jedoch auf die Beratungsebene und neue Mitarbeiter des Parteivorstandes beschränkt. Auf der politischen Leitungsebene ergaben sich zwar personelle Wechsel und damit eine Verjüngung des Vorstandes, aber kein Generationssprung, denn sowohl Wehner wie auch Knoeringens waren nur zwei Jahre jünger als Heine.

²⁰ Vgl. Notiz Knoeringens an Wehner und Nau am 24. 9. 1958, AdsD PV 2570.

²¹ Für die Beschlussfassung zur Erarbeitung einer Wahlkreiskartei vgl. Sitzung des Präsidiums am 11. 8. 1958; vgl. für Anfrage, Begutachtung und Notizen von Willi Franke und Hermann Nippgen 1958/59, ebd.

²² Vgl. Manuskript »Schwerpunktprogramm Werbung und Propaganda«, vorgelegt im PV am 12. 2. 1959; als gekürzte Fassung vgl. die Broschüre W. v. KNOERINGENS, Der Plan »Zukunft«, 1958.

²³ Vgl. die unterschiedlichen Versionen, von denen allerdings nur die letzte den Titel »Sozialwissenschaft und Sozialdemokratie« trägt, in AdsD PV 2570.

²⁴ Für Diskussion im WPA am 11. 11. 1958 vgl. AdsD 2/PVAJ000305; EntschlieÙung: AdsD PV 0593.

Parallel zu den Vorbereitungen Knoeringens liefen Verhandlungen der drei Wissenschaftler mit dem Präsidium. Aus Anlaß ihres Berichts zu neuen demoskopischen Befunden und zur Analyse von Wahlergebnissen 1958, den sie noch als Mitarbeiter von DIVO für das Präsidium erarbeitet hatten, überreichten sie nun ihre Überlegungen für eine zukünftige demoskopische Arbeit. Im Anschluß daran wurden Wehner und Nau mit den Verhandlungen beauftragt. Darin überzeugten sie auch Alfred Nau von dem Sinn einer Fortführung der demoskopischen Arbeit im Sinne der drei Wissenschaftler. Ein ebenfalls im November 1958 vorgelegter Entwurf für die Einrichtung eines Forschungsinstituts von Heinrich Deist bezog sich auf eine rein programmatische Zuarbeit zur Partei, so daß programmatische Beratung von werblicher Beratung getrennt wurde.²⁵ Weitere Vorschläge zur Gründung wissenschaftlicher Büros für eine programmatische Hilfestellung der SPD wurden entweder zu spät eingereicht, um berücksichtigt zu werden, oder aufgrund ihrer nicht durchdachten Finanzierung nicht ernst genommen.²⁶ Nach Naus Bericht im Präsidium am 8. Dezember 1958 wurde der »Forschungsauftrag« an die drei vergeben, so daß sie am 15. Januar 1959 ihre Arbeit aufnehmen konnten.²⁷ Damit hatten sie sich mit ihrem Plan, einer eigenen Forschungstätigkeit nachzugehen, durchgesetzt. Sie firmierten ab Januar 1959 als »Institut für angewandte Sozialwissenschaft«, abgekürzt Ifas (ab 1966 Infas), und traten in den folgenden Monaten damit offiziell als kommerziell arbeitendes Umfrage- und Sozialforschungsinstitut auf den Markt.²⁸ Mit Hilfe ihres eigenen Engagements und der Unterstützung der für Fragen der Werbung verantwortlichen Parteiführung konnten die drei Sozialforscher so mit ihrem Angebot, weiterhin Meinungsforschung für die SPD betreiben zu wollen, die SPD davon überzeugen, ein eigenes wissenschaftlich arbeitendes Sozial-/Meinungsforschungsinstitut zu gründen.

²⁵ Deist war damit vom Präsidium am 14.7.1958 beauftragt worden. Das Konzept wurde später als »wissenschaftliches Büro« mit der Friedrich-Ebert-Stiftung umgesetzt. Vgl. Heinrich Deist, »Institut für politische Wissenschaft« (Brief an Nau am 14.11.1958, in Kopie an Ollenhauer), AdSD 2/EOAA000222; Diskussionen über Ausgestaltung im Präsidium am 10.11.1958 und den Beschluss am 8.12.1958, sowie Bericht von Nau im PV über Umsetzung der Pläne am 13.2.1959.

²⁶ Vgl. Brief Gustav Klingelhöfer (»Forschungsstelle für Sozialwirtschaft und kulturelle Freiheit«) an Nau am 28.1.1958, AdSD 2/EOAA000224; Gerhard Weissers Vorschlag zu einem wissenschaftlichen Beirat am PV wurde mit Hinweis auf »das geplante Institut« abgelehnt, vgl. Sitzung Präsidium am 10.11.1958; Waldemar von Knoeringen versuchte ab 1961 vergeblich, ein »wissenschaftliches Büro« beim Parteivorstand und später bei der Bundestagsfraktion durchzusetzen. Vgl. seine Anläufe 1961–1962 u. a. in AdSD NL von Knoeringen 326 (Erläuterung der Situation in einen Brief an Adolf Arndt am 15.3.1961); AdSD 2/PVAH000041; AdSD 2/PVAH000042; AdSD NL von Knoeringen 330.

²⁷ Nau hätte eigentlich (wie Wehner zuvor) eine Integration der drei Wissenschaftler in die Partei bevorzugt. Aussage Hartenstein im Interview am 21.11.2001 mit der Verf. Vgl. Protokolle Präsidium am 03.11. und 8.12.1958. Vgl. für Darstellung des Ablaufs der Durchsetzung den Jahresbericht Knoeringens an Ollenhauer AdSD PV 0011 A. Diese Rekonstruktion ist notwendig, weil in beiden Fällen der Tagesordnungspunkt in den Protokollen geschwärzt ist.

²⁸ Die Namenänderung erfolgte aufgrund einer erfolgreichen Klage des ifak-Instituts wegen befürchteter Verwechslungsgefahr. Vgl. Pressemitteilung Infas am 3.1.1967, ZASS II, DW 2–1 i 4, Ordner 1.

Aber mit welchen Durchsetzungsstrategien und Argumenten hatten sie den Nerv der SPD-Parteiführung getroffen? Und wie stellten sie sich – im Abgleich mit der SPD – die zukünftige Arbeit vor? Diese Fragen sollen anhand einer Beleuchtung des sorgfältig erarbeiteten Memorandums »Sozialdemokratie und Sozialwissenschaft« beantwortet werden, das als »Programm« des neuen Instituts gelesen werden kann.

Auf dem Weg zu einer professionell betriebenen Umfrageforschung und ihrer Nutzung hatten die Meinungsforscher die Probleme der SPD und auch deren Wissensstand bezüglich Meinungsforschung und »moderner« Werbung kennen gelernt. Auf dieser Basis legten sie der Partei ein umfassendes Angebot vor. Darin breiteten sie zum einen als Zeichen ihrer spezifischen Kenntnisse der SPD ihr Wissen aus und wiesen auf ihre bisherigen Erfolge hin, zum anderen gingen sie auf prekäre Punkte ein, die der SPD beziehungsweise den verantwortlichen Mitgliedern im Parteivorstand wichtig waren, zuvorderst in der Verknüpfung von Wähler- mit Mitgliederwerbung. Dies wiederum brachte sie dazu, in der Argumentation auf grundsätzliche Fragen der Organisation wie auf die Frage der Wählerwerbung einzugehen. Ihre Vorstellungen von einer von demoskopischen Befunden gestützten Politik faßten sie folgendermaßen zusammen:

»Voraussetzung für den erfolgreichen Einsatz wissenschaftlicher Erkenntnis ist es, daß alle daran interessierten Genossen zusammenwirken, um gemeinsam einen langfristigen strategischen Plan zu entwickeln. Die Ergebnisse dieser Bemühungen werden aber nur dann zu der großen Aufgabe der Sozialdemokratie, in absehbarer Zeit Regierungspartei zu werden, beitragen, wenn es gelingt, die für die Gestaltung der politischen Arbeit in den Ländern und Bezirken verantwortlichen Genossen davon zu überzeugen, daß es die »integrierte Strategie« nicht nur zu entwickeln, sondern in harter Arbeit täglich anzuwenden gilt.«²⁹

In diesem Absatz steckten zwei Angebote an Wehner und den in Finanzdingen immer vorsichtigen Schatzmeister Nau: Erstens implizierte das Angebot einen Wandel in der Organisation. Die Tätigkeit der Forschungsstelle war dezidiert auf die Partei und nicht allein auf die Werbung gerichtet, gemäß der Idee, daß beides nicht getrennt behandelt werden könne und der Wandel des einen die Veränderung des anderen Parts bedinge. Dies kam der Vorstellung Wehners, die Organisation zu modernisieren und zu schulen, entgegen. Die Sozialwissenschaftler zeigten, daß sie Werbung und interne Organisationsprobleme miteinander zu verbinden verstanden, indem sie darauf verwiesen, daß ohne Verständnis für moderne Werbung und Grundkenntnisse der sich wandelnden Nachkriegsgesellschaft die hauptamtlichen oder ehrenamtlichen Mitglieder nicht in der Lage seien, diese Werbung auch nur ansatzweise umzusetzen. Insbesondere das Angebot zum Aufbau einer Kreiskartei, mit der »ein regional differenziertes Bild politischer Strukturen« geschaffen werden sollte, war attraktiv, denn sie versprach, durch eine an typologischen Kriterien ausgerichtete Werbung gezielt (und damit erfolgreich) Stimmen zu werben. Die Kartei besaß eine Brückenfunktion zu der Einbeziehung von Untergliederungen, die sowohl finanziell wie inhaltlich beteiligt werden konnten. Und gerade die finanzielle

²⁹ Memorandum »Sozialdemokratie und Sozialwissenschaft«, S. 11, AdSD PV 2570.

Beteiligung von Untergliederungen war, zweitens, das Angebot an Alfred Nau. Er wollte die Kosten für Meinungsforschung so gering wie möglich halten, wie die immer wieder aus Finanzgründen erfolgten Ablehnungen von Umfragen in früheren Jahren bezeugen. Das Aufzeigen einer finanziellen Entlastungsmöglichkeit des Parteivorstandes begünstigte damit das Zustandekommen des Vertrages zwischen Liepelt, Hartenstein und Schubert mit der SPD.

Die demoskopischen Angebote wurden nach dem Charakter ihrer Befunde aufgeteilt. Zum einen sollten den Trend die Veränderungen mit einer Vergleichsperspektive betrachtet und dabei an bereits vorhandene Daten angeknüpft werden. Zum anderen ging es um gezielte Umfragen zur Auslotung der Möglichkeiten einer erfolgreichen Ansprache, die als Motivforschung mit intensiven, qualitativen Interviews betrieben werden sollte. Um nicht in Einzelaspekten von Analysen zu versinken, boten sie als umfassenden Erklärungsansatz zum politischen Verhalten eine »Politisch-Soziologische Gesamtrechnung« an, die sich aus verschiedenen Aspekten zusammensetzte:

»[...] dem Stärkeverhältnis von links zu rechts zugrunde liegenden soziologischen Strukturen, progressiven Tendenzen in bestimmten, vom Durchschnitt der Bundesrepublik abweichenden Regionen, Stabilität und Wandel in der politischen Nachkriegsstruktur, der Prozeß der politischen Meinungsbildung vor der Wahl, Psychologie und Mentalität des deutschen Wählers.«³⁰

Diese Zusammenschau unterschiedlich angelegter Analysen müsse Grundlage jeder »politischen Therapie«, also der Steigerung des Stimmenanteils, sein. Die sogenannte »integrierte Strategie« sollte dafür sorgen, daß gleichzeitig die Programmatik der SPD auf Formeln gebracht und die Voraussetzungen geschaffen würden, die Leute überzeugend und vor allem »unverfälscht« anzusprechen.

Anhand des Gegensatzes »oberflächlich« versus »tiefgehend« wurde in wissenschaftlicher Hinsicht die Unterscheidung zur kommerziellen Meinungsforschung getroffen. Nur eine Analyse »der sich unter der Oberfläche vollziehenden sozialpsychologischen Prozesse« gereichte dabei überhaupt zur Bezeichnung der Demoskopie als Forschung.³¹ Die Demoskopie der CDU diene dabei als Negativfolie. Die Sozialwissenschaftler schieden die herkömmliche Meinungsforschung von der Motivforschung, die aus psychologisch orientierten qualitativen Intensivinterviews bestand und nur begrenzt quantifizierbare Befunde lieferte. Die Demoskopie blieb in ihrer Sicht zunächst als eine auf Wiederholung setzende Umfrage methodisch begrenzt. Daher gehörte die Meinungsforschung grundsätzlich durch statistische beziehungsweise soziostrukturelle Daten ergänzt, um solide Ansprachemöglichkeiten und Fingerzeige für thematische oder regionale Ansatzpunkte zu erhalten. Auf diese Weise vermieden sie es, die Validität demoskopischer Daten diskutieren zu müssen und sich allzu sehr auf die demoskopischen Befunde einzulassen – schließlich war die öffentliche Diskussion über die Rolle der Demoskopie während des Wahlkampfes

³⁰ Memorandum, S. 6, ebd.

³¹ Vgl. Zitat wie Ausführungen dazu in einem Kurzvorschlag im Januar 1959, ebd.

1957 in frischer Erinnerung und die Skepsis ihr gegenüber mit Blick auf die CDU in der SPD verbreitet.

Durch die Beschreibung eines wissenschaftlichen Analyseprozesses, der in seinem Ergebnis dem stimmenmaximierenden politischen Handeln der SPD dienen sollte, konnten sie selber zu Wissenschaftlern werden, die sich aus politischem Engagement heraus in den Dienst der SPD stellten und ihre Arbeit im Sinne einer Aufklärung verstanden.³² Sie fächerten die Aufgaben bei der Auflistung ihrer bisherigen Tätigkeit nach den Kategorien »Wahlkampfberatung« und »sozialwissenschaftliche Analysen« auf. Mit dieser Selbstbeschreibung trafen sie den Nerv der SPD, deren Wunsch erfüllt wurde, eigene Genossen in den demoskopischen Dienst zu nehmen. Dazu gehörte auch, sich nicht durch wissenschaftliche Erkenntnis in den politischen Vordergrund zu drängen. Sie relativierten ihren Beraterstatus, indem sie sich in die Tradition der Wissenschaftlichkeit der Partei einreihen und das aufklärerische Ethos übernahmen, das die SPD von der Wissenschaft verlangte: Die Aufgabe der Wissenschaft habe schon immer darin bestanden, »die jeweilige gesellschaftliche Situation zu erkennen und das politische Bewußtsein breiter Schichten zu heben.«³³ Gleich im ersten Absatz des Exposés stellten sie klar, daß es ihre Aufgabe war, der Politik »sachliche Informationen zu vermitteln, die er [der Politiker, A. K.] in eine begründete *politische* Entscheidung umsetzen kann.«³⁴ So grenzten sie sich fachlich wie funktional von kommerziellen Werbeberatern (der CDU) ab, die manipulato-

risch und nicht sachlich an Tatbestände herangingen.

Sie knüpften damit an ältere Ideen der Wähler- und Mitgliederansprache an, die vielen SPD-Funktionären einleuchtend geklungen haben dürfte. Darüber hinaus blieben den soziologisch ungeübten Lesern nur wenige Assoziationsmöglichkeiten zur Vorstellungswelt der Sozialdemokraten.³⁵ Aber eins war den Lesern sicherlich klar geworden, und dies war die Botschaft des ersten Satzes gewesen: Der Ausdruck, daß die Politiker in der komplizierten und undurchsichtigen Industriegesellschaft in ihrem Handeln auf die Hilfe der Sozialwissenschaften angewiesen seien, beinhaltete das Versprechen, daß die Sozialwissenschaften die orientierungslosen politischen Akteure wieder sehend und damit handlungsfähig in Bezug auf die nächste Bundestagswahl machen könnten. Dies überzeugte die Spitze der SPD.

Zum Einstieg in die Arbeit der Forschungsstelle 1959 konkretisierten die Akademiker ihr Arbeitsvorhaben zur Etablierung und Integration der Meinungs- und Sozialforschung in die SPD sowie ihre Arbeitsorganisation.³⁶ Während sich das Arbeits-

³² Nach Christoph Weischer ließe sich das Leitbild der Sozialwissenschaftler als »Schlüssel zu einem wissenschaftlich fundierten Projekt der Sozialreform, Gesellschaftskritik und -veränderung« fassen. C. WEISCHER, Unternehmen »Empirische Sozialforschung«, 2004, S. 216 ff.

³³ Memorandum, S. 2, AdSD PV 2570.

³⁴ Memorandum, S. 1, ebd., Hervorhebungen im Original.

³⁵ Vgl. dazu auch verschiedene Bezüge zu sprachlich-metaphorischen Aspekten in Kap. 4.2.

³⁶ Vgl. hier und im folgenden den an Nau, von Knoeringen und Wehner verschickten »Arbeitsplan« vom 1. 1. 1959, AdSD PV 2570.

ziel der Demoskopien vollständig auf die Bundestagswahl 1961 konzentrierte, ging es in den Fragen der Organisation im Kern um ihre Finanzierung. So planten sie, sich selbständig zu finanzieren und nur eine Bestands- oder Garantiesumme für die Existenz der Gruppe zu verlangen, was mit 52 000 DM veranschlagt wurde.³⁷ Die zu unternehmenden Studien sollten soweit wie möglich über andere, nebulös umschriebene Geldgeber oder durch öffentliche Mittel finanziert werden.³⁸ Aus diesem Ziel leiteten sie eine spezifische Organisationsform der Forschergruppe ab: Um überhaupt Gelder von dritter Seite einwerben zu können, dürften sie nicht parteigebunden auftreten. Sie argumentierten dazu mit der Möglichkeit, bei der Veröffentlichung von Umfragen das Prestige eines unabhängigen Instituts geltend machen zu können und so den Aussagen mehr Gewicht zu verleihen. Zugleich bemühten sie sich klarzustellen, daß diese formale Frage keinerlei Auswirkungen auf ihre Tätigkeiten in der Beratung der Partei haben würde. Daher wurde eine vertragliche Lösung vorgeschlagen, um die zu erwirtschaftenden Überschüsse der Partei durch eine »Intensivierung und Erweiterung der für die Partei betriebenen Forschung« zuzuführen. Dementsprechend sollte die Gesellschaftsform eine GmbH sein, die unter der Leitung der Partei beziehungsweise eines Treuhänders stand.³⁹ Dies hieß nichts anderes, als daß sich die drei Akademiker das Startgeld für ihr Forschungsinstitut von der SPD leihen wollten und im Gegenzug auf ihren Gewinn verzichten würden beziehungsweise festlegten, den Gewinn in einer bestimmten Form wieder zu investieren.

Mit diesem Plan und der Bereitschaft, sich vertraglich in die Pflicht nehmen zu lassen, wurde dieses Konzept kurze Zeit später in die Tat umgesetzt.⁴⁰ Damit stand jedoch auch fest, daß es sich nicht mehr um einen einjährigen Forschungsauftrag handelte, sondern um eine längerfristige Investition der SPD, die sich im Laufe der Jahre durch eingesparte Ausgaben für kommerzielle Meinungsforschung auszahlen sollte. Daß die SPD finanziell in die Gründung und Unterhaltung von Infas involviert war und was sie vor allem von dem Institut erwartete, zeigt die knappe Aussage Fritz Sängers gegenüber Nau zum Zweck des Instituts zweieinhalb Jahre nach seiner Gründung: »Du hast Geld investiert, es muß erhalten bleiben, es muß sich verzinsen und es muß Gewinn bringen.«⁴¹ Diese Verflechtung läßt sich auch aus den Einladungen zu den Gesellschafterversammlungen der nächsten Jahre schließen, zu denen die Vorsitzenden der SPD sowie der Geschäftsführer der Allgemeinen Treuhand

³⁷ Vgl. »Arbeitsplan«, S. 7 (Finanzaufstellung), ebd.

³⁸ Vgl. »Arbeitsplan«, S. 3 und 4, ebd.

³⁹ Vgl. »Arbeitsplan«, S. 6, ebd.

⁴⁰ Genauere Umstände lassen sich aufgrund der Sperrung entsprechender Akten im Archiv der sozialen Demokratie nicht beschreiben. Daß die SPD im Hintergrund bleiben wollte, wird zumindest an der Reaktion auf eine Nachfrage des Militärischen Abschirmdienstes beim Innenminister in NRW wegen Infas erkennbar. Das Institut suchte unter Hinweis auf die Routine dieser Nachfrage und darauf, daß ohnehin nur das zu erfahren sei, was im Firmenregister beim Amtsgericht stehe, die Befürchtungen zu entkräften. Vgl. Brief Infas an Wehner, von Knoeringer und Nau am 7. 6. 1960, AdsD PV 0800.

⁴¹ Fritz Sänger an Nau am 19. 9. 1961, AdsD 2/PVAH000041.

Gesellschaft, Dr. Herbert Allerdt, eingeladen wurden.⁴² Allerdt kümmerte sich als Mitgesellschafter um die Finanzen von Infas.⁴³ Die Treuhand Gesellschaft wiederum beschäftigte sich im Allgemeinen mit Steuerfragen der SPD, den Haus- und Grundstücksangelegenheiten und den sonstigen betriebswirtschaftlichen Vermögen.⁴⁴ Diese Konstruktion blieb bis zum Anfang der achtziger Jahre bestehen.⁴⁵

Die drei Sozialwissenschaftlicher hatten sich mit ihrer Argumentationsstrategie darauf eingelassen, ihre eigenen Interessen am Aufbau einer wissenschaftlichen Beratungsexistenz mit den politischen Interessen der SPD zu verbinden. Die Synchronisierung schuf die Möglichkeit, auf längere Sicht an den zentralen Stellen der Formulierung und Planung der SPD-Politik beratend einzugreifen. Dazu nutzten sie Argumentationsstrategien, die sie als Wissenschaftler legitimierten, aber gleichzeitig auf ihre Loyalität zur SPD verwiesen. Dies schuf bündnisartiges Vertrauen, das den Sozialwissenschaftlern das Gehör verschaffte und auf das sie mit ihren teilweise unbequemen Erkenntnissen aufbauen konnten.

b) Die Integration der Meinungsforschung in die politische Praxis der SPD 1959–1962

Die Arbeitsorganisation sah vor, sich mit den zwei Dimensionen der Politik- und Organisationsberatung zu befassen. Insbesondere in letzterer sollte, wie die drei Akademiker es im Arbeitsplan bezeichnenderweise selber benannt hatten, »Übersetzungsarbeit« geleistet werden.⁴⁶ Damit waren die Weitergabe des Wissens und die Schulung der Mitarbeiter und sonstigen Funktionäre gemeint, die die drei als wichtige Komplementäraufgabe begriffen. Die Arbeit sollte »intensiver, rationeller und erfolgreicher« werden, indem die sozialwissenschaftlichen Erkenntnisse in der täglichen Praxis Anwendung fanden. Dazu sollten die Untersuchungen verständlich aufbereitet werden, wozu sie die sprachliche Kommentierung wie auch die Visualisierung zählten. Dieses Material sollte ständig zur Verfügung stehen. Ebenso erklärten sich die Sozialwissenschaftler als allzeit für Schulungen abrufbereit. Auch diese Dimension der Arbeit wurde unter der finanziellen Perspektive der Kostenersparnis für die SPD betrachtet.

Das Beratungsangebot wirkte sich zuallererst auf die konkrete Hilfestellung des Parteivorstandes für Untergliederungen aus. In Bremen und Baden-Württemberg standen Wahlen vor der Tür. Bei der Vorbereitungsarbeit für die Wahlkämpfe durf-

⁴² Er wurde durch einen Artikel der Zeitschrift *Capital* 1965 als ein Mitgesellschafter öffentlich bekannt. Infas erwirkte eine teilweise Richtigstellung der dortigen Behauptungen, allerdings nicht den Gesellschafter Allerdt betreffend. Vgl. »Sicher ist sicher«, *Capital* 11/1965, S. 10; Brief *Capital* an Infas zur Richtigstellung am 2. 6. 1966, AdsD PV 2558. Später gingen die Einladungen auch an die Bundesgeschäftsführer der SPD. Vgl. Einladungen an Wehner am 15. 2. 1963, AdsD PV 2570.

⁴³ Vgl. Bericht an Herbert Allerdt auf seine Anfrage zur finanziellen Situation am 10. 9. 1962, AdsD PV 2570.

⁴⁴ Vgl. für einen Überblick über die Konzernstruktur der SPD D. BRUNNER, 50 Jahre Konzentration GmbH, 1996, S. 43; G. WEWER, Sozialdemokratische Wirtschaftsbetriebe, 1987.

⁴⁵ Vgl. dafür Kap. 3.5.c, S. 299 und insbesondere Fn. 107.

⁴⁶ Vgl. hier und im folgenden »Arbeitsplan«, S. 3, AdsD PV 2570.

ten die Sozialwissenschaftler ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen: Die Bremer SPD hatte bereits nach der Bundestagswahl 1957 auf Demoskopie gesetzt und eine eigene Nachwahluntersuchung von den drei Meinungsforschern durchführen lassen, so daß sie nun das neue Institut zu Beratungszwecken in die Vorbereitungen der Bürgererschaftswahl einband. Der im April vorliegende Entwurf beschrieb in ausführlicher Weise verschiedene Phasen des Wahlkampfes mitsamt deren Funktion und Gestaltung. Die Untersuchungsbereiche und Empfehlungen reichten von den Slogans und Werbemitteln über deren Streuung bis zur genauen Abstimmung über die Wahlkampfarbeit zwischen den Untergliederungen Bremen und Bremerhaven, griffen also organisatorisch bis auf die Basis der politischen Arbeit durch. Grundlage der Planung waren sozialstatistische Daten zur Bremer Bevölkerung, die demoskopisch über Umfragen weiter untersucht und begleitet wurden.⁴⁷ Das Ergebnis bestätigte das Engagement der Forschergruppe mit einem mustergültigen Prestigeprojekt, denn die SPD konnte ihre absolute Mehrheit ausbauen.⁴⁸ Die Sozialwissenschaftler konnten sicher sein, daß ihre Beteiligung am Erfolg sich auch innerparteilich schnell herumsprechen würde und das Bremer Modell Vorbild für die Wahlkämpfe in anderen Bundesländern werden könnte. Die Bremer SPD war stolz auf ihren Erfolg und lobte Infas auch in der Presse, sehr zum Mißfallen des Instituts, das durch zu viel öffentliche Aufmerksamkeit seine Strategie gefährdet sah, noch bevor diese richtig greifen konnte.⁴⁹

Zu dem Erfolg in Bremen beigetragen hatte eine genaue Analyse der sozialstatistischen Daten in Verbindung mit ihrer räumlichen Verteilung, deren Grundlagen 1957 mit ersten Ansätzen zur »Wahlkreiskartei« gelegt worden waren. Der Sinn der »Sozialstrukturanalyse«, heruntergebrochen auf jeden Kreis oder auch Wahlkreis, bestand darin, verlässliches und aktuelles Wissen über die lokalen Gegebenheiten sowie ihre regionalen Zusammenhänge zu erhalten, um dann spezifische Wahlkreise und Regionen für eine Schwerpunktbildung des Wahlkampfes, das heißt Wahlkreise mit einer hohen Chance der Stimmensteigerung, herauszusuchen. Diese Einschätzung wurde über die Zuordnung der einzelnen Gebiete nach einer Typologie, die an dem Zustimmungprofil zur SPD ausgerichtet war, vorgenommen. Das grundlegende Klassifizierungsschema hatte Liepelt bereits 1958 in einem Vortrag vor Funktionären aus Anlaß der »Großstadtkonferenz« erläutert.⁵⁰ Er hatte ihnen die Veränderungen der Gesellschaft vorzustellen versucht, indem er die Sozialstruktur und ihre Verschiebungen beziehungsweise deren Auswirkungen auf das politische Verhalten in Großstädten erläuterte und deutlich machte, daß die herkömmlichen Vorstellungen der »Hochburgen« der SPD-Wählerschaft veraltet waren.⁵¹ Die Sozialwissen-

⁴⁷ Vgl. »Entwurf eines Rahmenplans für den Bremer Bürgerschaftswahlkampf 1959«, April 1959 und weitere Korrespondenz September/Oktober 1959 dazu, ebd.

⁴⁸ Die SPD hatte sich von 47,7 auf 54,9% steigern können.

⁴⁹ Vgl. Brief Liepelt an Wehner am 23.10.1959, Anlage Artikel der Bremer Bürgerzeitung vom 17.10.1959, AdsD PV 2570.

⁵⁰ Klaus Liepelt, »Falsche Vorstellungen über ›Hochburgen‹«, AdsD PV 01002 D.

⁵¹ Ebenda.

schaffter hatten dazu Daten über Großstädte zusammengetragen und nach dem angegebenen Muster ausgewertet. So erschufen sie die weiter differenzierbare Grundstruktur von »Diaspora, Entwicklungsgebiet und Traditionsgebiet«, die in den folgenden Jahren zum Grundorientierungsmuster für die Entscheidung über Einsatz und Gestaltung der Werbearbeit wurde.

Bremen bildete den erfolgreichen Probelauf für ein gigantisches Datenprojekt, das Infas im Auftrag der SPD ausführte. Für die gesamte Bundesrepublik sollte eine bis auf die lokale Ebene bezogene Sozialstrukturanalyse angelegt werden. Die drei Meinungsforscher hatten die Aufmerksamkeit der SPD für regionale Unterschiede, wie sie auch in den vorangegangenen Statistikprojekten deutlich geworden waren, aufgegriffen und verstärkten sie nun mit Hilfe ihrer ersten Bewährungsproben auf lokaler und regionaler Ebene. Mit diesem Projekt der Datensammlung und eigener -produktion sowie Auswertung zugunsten einer systematischen politischen Planung transportierte Infas den Grundgedanken der politischen Kybernetik in die SPD.⁵² Entsprechend der Vorstellung, daß alles mit allem zusammenhinge und sich gegenseitig beeinflusse, dies jedoch berechenbar war, mußten alle erdenklichen Faktoren, die für eine Wahlentscheidung als relevant und quantitativ erfassbar erdacht wurden, zusammengebracht und zueinander in Beziehung gesetzt werden. Die Landtagswahlkämpfe waren dabei der Test für das große Ziel, die Bundestagswahl 1961.

Die Daten sollten bis ins Jahr 1950 zurückreichen, um gesellschaftliche Veränderungen sichtbar zu machen, was auch aufgrund der Volkszählung in dem Jahr als datentechnisch sinnvoll erachtet wurde, reichten später aber tatsächlich bis 1949 zurück. Statistisches Material von Ämtern war vorhanden, ebenso Daten des Instituts für Raumforschung, das einige verwertbare Daten der räumlichen Verdichtung und Infrastruktur zu bieten hatte.⁵³ Für die Verarbeitung mußten Lochkarten hergestellt werden, um die gesammelten und aufbereiteten Daten auf gemieteten Hollerithmaschinen bearbeiten zu lassen. Bis 1963 wurden die Auswertungen auf einem Rechner an der Universität in Darmstadt vorgenommen, da die bei Infas vorhandenen Hollerithmaschinen für die Berechnung von Korrelationskoeffizienten nicht ausreichten. Die fortgeführte Auswertung bedeutete jedoch auch, daß diese Daten immer auf dem Laufenden gehalten werden mußten, sollten sie auch den Aufwand und die Kosten lohnen.

Die anspruchsvollen Pläne gingen mit dem Bemühen einher, die zu niedrig geschätzten Kosten von 15000 DM für die erstmalige technische Bearbeitung des Materials so gering wie möglich zu halten. In diesem Sinne wurde darüber nachgedacht, die Gewerkschaften in diese Arbeit beziehungsweise die Kosten zu involvieren und öffentliche Haushalte für solche Untersuchungen zu gewinnen.⁵⁴ Dane-

⁵² Vgl. als erst später erscheinendes Standardwerk K. W. DEUTSCH, Politische Kybernetik, 1969 (engl. 1963); als Grundlagen vgl. C. SHANNON, A mathematical theory of communication, 1948; N. WIENER, Cybernetics and Society, 1954.

⁵³ Vgl. Unterlagen des Instituts für Raumforschung, AdsD PV 01548 A.

⁵⁴ Vgl. Infas, »Vorschlag zur Einrichtung einer Kreiskartei«, Teil: Möglichkeiten der Finanzierung, AdsD PV 2570.

ben war das Institut vor allem daran interessiert, die Gelder für die politische Forschung über auswärtige Aufträge aufzutreiben. Hier entwickelte es verschiedene Projekte, von denen einige im Laufe der Jahre tatsächlich zu einem erfolgreichen Vertragsabschluß führten, andere wiederum nicht.⁵⁵ So griffen bei dem je nach Struktur zu variierenden Projektentwurf »Der Bürger und seine Stadt. Ein gemeindesoziologisches Forschungsprojekt« die Stadt Frankfurt und der Ennepe-Ruhr-Kreis zu.⁵⁶ Duisburg, München und das Saarland sowie weitere weitgehend SPD-regierte Kommunen folgten im Rahmen ihrer jeweiligen Wahlkampf vorbereitungen mit etwas anders gelagerten, aber in den Ergebnissen ähnlich multipel auf die Sozialstrukturanalyse übertragbaren Projekten in den nächsten zwei Jahren.⁵⁷ Parallel wurde die Länderebene angesprochen. Als erstes sozialdemokratisch regiertes Bundesland wurde Hessen Ende 1959 gedrängt, die Sozialstrukturanalyse über die Staatskanzlei zu finanzieren, da die Erstellung der Kreiskartei angeblich ein Drittel der Wahlkampfkosten verschlinge.⁵⁸ Diese Analyse wurde durch eine Umfrage ergänzt, die ebenfalls auf verschiedene Bundesländer aufgeteilt wurde. Infas hatte im Sommer 1959 ein Fragenprogramm zu einer »Sozialwissenschaftlichen Enquete, die dem Parteivorstand als Grundlage für die künftige Werbe- und Propagandaarbeit dienen« sollte, entwickelt. Darin wurden passende »Gesichtspunkte der Fragestellungen für die politische Enquete« aufgelistet, die eine erste umfassende bundesweite Umfrage seit der Wahl 1957 bilden sollte, um das »Erscheinungsbild der Parteien und Verbände«, »politische Grundeinstellungen« sowie politische Themen (generell, Außen-, Wirtschafts-, Innen und Sozialpolitik) und den Trend zu beobachten.⁵⁹ Die gesamte Studie wurde dann in Hessen mit leichter Verzögerung umgesetzt. Zur Überzeugung der anderen Landesverbände/Bezirke erwiesen sich die ersten Erfahrungen mit Hessen als hilfreich. Sie wurde benutzt, um dem interessierten Landesverband in Schleswig-Holstein die Analyse näher zu bringen.⁶⁰ Aufgrund der Ver-

⁵⁵ Nicht erfolgreich war z.B. die Überlegung, die monatlichen Trendumfragen von Zeitungen finanzieren zu lassen. Die Pläne, zehn Zeitungen für ein gemeinsames Projekt mit aktuellen und Trendfragen zu gewinnen, scheiterte, da sich wohl keine ausreichende Zahl an (sozialdemokratischen) Zeitungen fand, die für 500 DM das gleiche exklusive Material zur Verfügung gestellt bekommen wollten. Vgl. die Entwürfe vom Januar und März 1959, ebd.

⁵⁶ Vgl. Entwurf vom August 1959, Brief Hartenstein an Wehner am 11. 12. 1959 mit einer Kopie des Magistratsbeschlusses und Vertrag über 50 000 DM, Entwurf für Ennepe-Ruhr-Kreis vom 29. 9. 1959, ebd.

⁵⁷ Vgl. Infas, »München heute und morgen«, Auftragsarbeit für den Unterbezirk München, Mitte 1960 von Infas im Parteivorstand verteilt, AdsD PV 04555; »Duisburg [oder Hagen oder Wetter, A. K.] und seine Bürger«, vgl. für die Duisburger Untersuchung Brief an Erich Ollenhauer am 5. 9. 1962, AdsD 2/EOAA000265. Das Saarland bildete eine Ausnahme, denn hier war die Arbeitskammer Auftraggeber: K. LIEPELT/C. LOEW, Menschen an der Saar, 1962; Brief Infas an Wehner am 8. 6. 1962, AdsD 2/PVAJ000179.

⁵⁸ Zumindest gab Wehner dies in einem persönlichen Bittbrief an den hessischen Ministerpräsidenten Georg-August Zinn an. Vgl. Brief am 1. 10. 1959, Antwort von Zinn am 7. 10. 1959 und für Projekt vgl. Korrespondenz Infas/Wehner, Oktober 1959 bis Juli 1960, AdsD PV 2570.

⁵⁹ So lautete der Titel der ersten Überlegungen, ebd.

⁶⁰ Der Landesverband kaufte die Analyse für 10 000 DM. Vgl. Angebot Infas an Schleswig-Holstein am 23. 8. 1960, AdsD PV 0860.

mittlung und des Drucks durch den Parteivorstand, der per Rundbrief den Wunsch nach bundesweiten »politischen Leitplänen« klarmachte, ließen sich weitere Länder und Städte von diesen kombinierten demoskopischen Strukturanalysen überzeugen.⁶¹ Dazu gehörten 1960 Schleswig-Holstein, Bayern, Nordrhein-Westfalen und auch das sich zunächst sträubende Niedersachsen.⁶² Das Angebot schien attraktiv, zumal das Argument der Statistik gegenüber politischen Argumenten aufgrund seiner rationalen Berechnung der Arbeitskräfte schlagend erschien.

Die bundesweite Bedeutung des durch viele Strukturanalysen zusammengestellten »Strukturatlas« der Bundesrepublik wurde deutlich, als die Daten für die Deutschlandreise Willy Brandts im Wahlkampf 1961 ausgewertet wurden. Die Reiseroute ergab sich zu einem großen Teil aus den Berechnungen der Sozial- und Umfragedaten des Instituts, das aufgrund der typologischen Zuordnung nach besonders geeigneten Wahlkreisen suchte.⁶³ Während der Reise fand eine weitergehende Begleitstudie mit Umfrage sowie »teilnehmender Beobachtung« statt, um das »Erwartungsklima« des Auftritts und die Wirkungen zu überprüfen.⁶⁴ Darüber hinaus gab es auch Ansätze, die prominenten politischen Akteure als Redner nach diesem Prinzip zentral zu vermitteln, wobei andere Faktoren und Einflußgrößen wie persönliche Bekanntschaft, zeitliche Bedingungen und spezifische politische Aspekte nicht auszuschließen waren.

Die Zusammenarbeit zwischen dem Parteivorstand und dem Institut verlief herkömmlicherweise auf Grundlage direkter Gespräche zwischen Infas und den Vertrauenspersonen des Parteivorstandes, das heißt den verantwortlichen Personen Wehner, Nau und zunächst auch Knoering, wobei auch die wichtigen Mitarbeiter aus den Abteilungen hinzugebeten wurden und einen Teil der Abstimmungsarbeit übernahmen. Man traf sich seit Anfang 1959 sonntäglich zum Frühstück bei Wehner, um die Lage und notwendige Maßnahmen zu besprechen. Es läßt sich nicht mit Sicherheit sagen, wer daran alles teilnahm und wie regelmäßig es diese Treffen gab, da es keine schriftlichen Unterlagen darüber gibt.⁶⁵ Falls etwas schriftlich fixiert

⁶¹ Rundbrief des PV am 4. 8. 1960 an alle übrig gebliebenen Bezirke (Hessen, NRW, Niedersachsen ausgenommen, da bereits Aufträge erteilt/vorliegend), AdsD PV 2570. Hessen bildete wiederum den Vorreiter, das statt der für die Strukturanalysen im Rechenbeispiel anvisierten 3 000–5 000 DM nun bis 35 000 DM zahlen würde. Vgl. Vermerk Infas an Wehner am 22. 1. 1960, AdsD PV 2570.

⁶² Vgl. auch die »Übersicht über abgeschlossene und laufende Projekte der Regionalsociologischen Abteilung«, Dezember 1962, ebd. Für den Fall Niedersachsen vgl. Vermerke über den Verhandlungsstand und Einwirkung seitens Wehners; Vermerk Infas an Wehner am 1. 2. 1960, ebd.; für NRW vgl. abgestimmten Ablauf in HStA Ddorf RW 138, 16.

⁶³ Vgl. Protokoll der Besprechung der Arbeitsgruppe Organisation am 20. 12. 1960, AdsD PV 0984; Notiz Anders am 4. 3. 1961, AdsD NL Anders 6. Für die Organisation und Durchführung der Reise vgl. AdsD PV 01215; P. MERSEBURGER, Willy Brandt, 2002, S. 389 ff.

⁶⁴ Vgl. Infas, »Beobachtung der Deutschlandreise im Juni 1961«, LAB B 002–8254.

⁶⁵ Es existieren nur vereinzelte Hinweise, aus denen diese Form der Zusammenarbeit rekonstruiert werden kann. Ein Hinweis auf die sonntäglichen Frühstücke findet sich in einer Notiz über Emnid-Zahlen aus dem Mai 1959 in AdsD PV 0431; zu dieser Art der informellen Kommunikation vgl. auch M. GÖRTEMAKER, Geschichte der BRD, 1999, S. 374.

wurde, lief es gleichzeitig über alle drei Personen, die jeweils eine Kopie zur Kenntnis erhielten.⁶⁶ Überhaupt verweist dies auf ein spezifisches Problem politischer Beratung, wie es auch bereits für die CDU zu konstatieren war – ein großer Teil fand mündlich statt und wurde oft aus Geheimhaltungsgründen oder auch Nachlässigkeit nicht aufgezeichnet. Lediglich Notizen über Telefonate mit Hinweisen auf Treffen lassen erkennen, wie eng die Kommunikation tatsächlich war. Die Abstimmung über jeden Arbeitsschritt beschränkte sich jedoch nicht nur auf die innerparteiliche Arbeit, auch die Verhandlungen mit anderen Vertragspartnern wurden von der SPD begleitet.⁶⁷ Darüber hinaus sorgte sich der Parteivorstand anfangs auch um die Arbeitsfähigkeit der Meinungsforscher und kümmerte sich um Arbeitsräume, Ausstattung und sogar Personal.⁶⁸

Um das Institut zentral in die Vorbereitungen des Bundestagswahlkampfes 1961 einbinden zu können, bemühte sich Wehner zusammen mit Fritz Erler, die bisherigen Strukturen der Gremienarbeit zugunsten der drei Sozialwissenschaftler aufzubrechen und ihre Expertise in den Diskussionszusammenhang des Vorbereitungsgremiums für den Wahlkampf (»Siebener-Kommission«) zu stellen, das im Dezember 1959 seine Arbeit aufnahm.⁶⁹ So konnten schließlich die Überlegungen der Meinungsforscher zur Grundlage der Vorbereitung und Durchführung des Wahlkampfes werden.⁷⁰ Welche Hoffnungen die Parteispitze mit der Beratung durch das Institut verband, wurde durch eine Ankündigung Ollenhauers im Parteirat (und auch in der SPD-Bundestagsfraktion) Anfang 1960 deutlich:

»Ich meine, wir wollen uns hier eine möglichst zuverlässige, gut fundierte Basis der Stimmungslage, der Situation, der Schwerpunkte des Interesses schaffen mit dem Willen, aus den so gewonnenen Erkenntnissen auch Konsequenzen zu ziehen für Form und Inhalt unseres Wahlkampfes, selbstverständlich im Rahmen der Vorstellungen, die wir als Sozialdemokraten zu vertreten haben, [...] wir werden demnächst mit den maßgebenden Leuten

⁶⁶ Infas richtete die Briefe an die jeweilige führende Trias (Vorsitzender, stv. Vorsitzender mit Verantwortung für Öffentlichkeitsarbeit, Schatzmeister Nau). In den Belegen wird nur der jeweils erste Adressat genannt.

⁶⁷ So baten Liepelt und Hartenstein Nau um Hinweise zu Verhandlungen mit dem DGB-Bundesvorstand am 4. 8. 1960, AdsD PV 0860.

⁶⁸ Vgl. für Ausstattung und Räumlichkeiten Notiz an Nau am 30. 5. 1960, ebd.; Vermerk vom 18. 6. 1960, AdsD NL Anders 4; Vermerke und Briefwechsel Infas/diverse PV-Mitglieder und Mitarbeiter bis September 1960, AdsD PV 0860.

⁶⁹ Vgl. Brief Wehner an Erler am 1. 10. 1959, AdsD NL Erler 91; vgl. (Rede-)Notizen Erlers für die Kommission, die auch einen Aufschluß über die Debatten in der Kommission zulassen, ebd. Er interessierte sich insbesondere für die Motivforschung, vgl. seine Korrespondenz mit Infas 1960/61 darüber, AdsD NL Erler 97. Erler übernahm 1960 eine ganze Reihe von Aufgaben, um Infas Aufträge zu beschaffen, vgl. Notiz vom 10. 3. 1960 und Brief an Alex Möller am 22. 7. 1960, AdsD NL Erler 97; Brief an Berthold Beitz am 4. 8. 1961, AdsD NL Erler 188. Vgl. für den Beschluss über das Gremium Sitzung im PV am 5. 7. 1959. Knoeringen bekam im Präsidium am 14. 9. 1959 die Zustimmung zur Bildung einer eigenen, auf Werbung orientierten Arbeitsgruppe, in der ebenfalls ein Infas-Mitarbeiter saß (K. Liepelt).

⁷⁰ Vgl. »Vorschläge der Siebenerkommission für die Vorbereitungen und Durchführung des Wahlkampfes 1961«, AdsD NL Erler 91. Mitglieder waren die drei Vorsitzenden der Partei und der Schatzmeister, vgl. Beschluss im PV am 23. 5. 1960.

dieses Instituts in der Siebener-Kommission eine gründliche Beratung über die Anlage dieser Dinge haben. Ich hoffe, daß wir bis Mitte des Jahres die Resultate haben und sie dann zur Grundlage des eigentlichen Aufbaus und des Wahlkampfes machen.«⁷¹

Diese Beratungen setzten Infas unter zeitlichen Druck und erforderten ständig Ergebnisse, führten aber zu einem ganz im Sinne der »integrierten Strategie« erstellten Papier mit dem Titel »Sozialwissenschaftliche Vorarbeiten für die Bundestagswahl von 1961«. Hier wurden die bereits vorhandenen Ansätze und Fragestellungen fortgeführt. Die Kommission wollte insbesondere die Interessen und Motive der Wähler, die allgemeine Stimmung sowie die Positionierung der SPD in einzelnen Bevölkerungsschichten demoskopisch untersucht wissen.⁷² Dazu wurde besonderer Wert auf die Motivforschung zur Ergründung des Wahlverhaltens gelegt. Man hoffte durch eine psychologisch ausgerichtete Untersuchung, Ansatzpunkte zur Verbesserung des Ansehens der SPD zu erhalten.⁷³ Bereits nach der Bundestagswahl 1957 hatte sich ein Mitarbeiter der Werbung für die stärkere Anwendung der Motivforschung ausgesprochen und dazu ein Memorandum vorgelegt⁷⁴, das jedoch unbeachtet geblieben war. Die Ausrichtung fand aber mit einem neuen Papier 1960 bei dem neuen Wahlkampfleiter Karl Anders Beachtung, der den Wahlkampf auf motivpsychologische Grundlagen stellen wollte.⁷⁵ Auf dieses Papier verwies Infas in seinen Untersuchungen zur Motivforschung.⁷⁶ Die von Infas ausgeführten Ansätze motivpsychologischer Untersuchungen waren kurz gehalten und mit wenig Nutzeffekt beschrieben, so daß sie zu psychologischen Werbemittel- oder Assoziationstests – »[...] mit Hilfe eines Grundrisses (ein Foto mit A und B) die Versuchsperson zu möglichst spontanen Äußerungen [zu] bringen« – schrumpften und wie ein Zugeständnis an die Wünsche des Parteivorstands wirkten.⁷⁷

⁷¹ Ollenhauer im PV/Parteirat am 30.1.1960; vgl. für seinen Bericht in der Fraktion am 7.2.1960 W. HÖLSCHER (Bearb.), SPD-Fraktionsprotokolle 1957–1961, 1993, S. 387.

⁷² Vgl. »Vorschläge der Siebener-Kommission für die Vorbereitungen und Durchführung des Wahlkampfes 1961«, AdSD NL Erler 91.

⁷³ Auch Nau sprach sich ausdrücklich dafür aus. Vgl. Sitzung PV am 29.1.1960.

⁷⁴ Vgl. Wolfgang Müller, »Einige Gedanken über Inhalte und Methoden sozialistischer Werbung«, AdSD 2/PVAJ000302. Müller hatte sich 1957 sogar mit dem amerikanischen Motivpsychologen Ernest Dichter getroffen, als dieser Deutschland besucht hatte. Im Werbe- und Propaganda-Ausschuf wurde der Text in keinem Protokoll erwähnt.

⁷⁵ Vgl. Notiz, ohne Titel und Datum, AdSD NL Anders 4. Anders kannte die neueren Ausführungen seines Mitarbeiters dazu wie auch den Text des Psychologen Kleining über eine »Imago«-Untersuchung, die sein CDU-Pendant Kraske etwa zur gleichen Zeit herumschickte. Vgl. Kap. 2.2.c, S. 107, Fn. 85; G. KLEINING, Publikumsvorstellungen, 1959; Exposé von Brigitte Bilitza/Wolfgang Müller, »Einige Gedanken zur Systematik und Inhalt der werblichen Vorbereitungen des kommenden Bundestagswahlkampfes«, Oktober 1960, AdSD NL Anders 3; in den folgenden Jahren wurde das Thema weiter verfolgt: Vermerk Klaus Helfer an Karl Garbe am 18.9.1962, »Ermittlung der Parteien-Stereotype« und ein Exemplar von P. R. HOFSTÄTTER/H. LÜBBERT, Eindrucksanalyse, 1958, AdSD PV 0709.

⁷⁶ Vgl. Infas, »Konturen und Positionen im Bundestagswahlkampf. Informationen für die Zentrale Wahlkampfleitung II, 5.11.1960«, AdSD PV 0984.

⁷⁷ Ebenda.

De facto nahm daher der »Strukturatlas« den größten Raum ein. Im Laufe der Untersuchungen wurde aber deutlich, daß die Strukturanalysen als Deutungsgrundlage und Hilfe für den lokalen Wahlkampf dienten, während die Umfragen, wie zuvor angekündigt, die jeweiligen Situationen auf Bundesebene zu erfassen und zu deuten suchten. Dazu lieferte Infas die Informationen, sprang aber auch mit kurzfristig angesetzten Umfragen ein, um nachgefragtes Material zu liefern und so alle politischen Geschehnisse zu beobachten und demoskopisch zu bewerten, ebenso wie die Meinungsforscher ihre Erfahrungen aus anderen Wahlkämpfen einbrachten, um Vorschläge für eine verbesserte Werbearbeit zu machen.⁷⁸

Für den Wahlkampf auf Bundesebene gewannen die Umfragen nach und nach an Bedeutung. Nachdem Infas in einer ersten bundesweiten Mehrthemenumfrage im Sommer 1960 die ersten Ergebnisse vorgelegt hatte, folgten daran anknüpfende und aufbauende Berichte, die sich an aktuellen Fragestellungen orientierten und eng mit den verantwortlichen Mitarbeitern der Werbung im Parteivorstand abgestimmt waren.⁷⁹ Über die Ergebnisse fertigte Infas ab Mitte 1960 halbjährlich einen großen Bericht exklusiv für die zentrale Wahlkampfleitung an. Als zentrale Fragestellung für die Umfragen wie für den Wahlkampf stellte sich schnell die Frage nach der Präsentation Willy Brandts heraus. Dabei wurde nach der Verbindung zwischen der Popularität Willy Brandts und der Sympathie für die SPD gesucht und gefragt, wie man die zwei miteinander stimmenmaximierend verknüpfen könne.⁸⁰ Daher erfolgte im Herbst 1960 eine Motivuntersuchung mit Intensivinterviews, um qualitative Einblicke in die Sichtweise der Wähler auf die Partei sowie die Momente und Faktoren der Wahlentscheidung herauszuarbeiten.⁸¹ Diese Studie wurde zu einer großen Image-Studie zu Brandt sowie der SPD ausgebaut, wobei Infas in diesem Zusammenhang das »Image« in die sozialdemokratische Begriffswelt einführte. Danach erfolgte der weitergehende Auftrag, das Image Brandts noch genauer zu untersuchen. Auf Ergebnisse dieser Untersuchungen konnten die Meinungsforscher aufbauen, als sie im Frühjahr 1961 die Aufgabe erhielten, durch eine Umfrage die Wirksamkeit einer Diffamierungskampagne gegen Willy Brandt und damit auch die mögliche Gegenwehr zu untersuchen. Demnach sollte die als Schwäche im Image Brandts erkannte Vergangenheit als Emigrant nicht allzu ernst genommen und auf die Überzeugungskraft der Broschüren zur Klarstellung der Situation gesetzt werden.⁸² Aufgrund der Überzeugung des Instituts, daß nur langfristige Werbearbeit

⁷⁸ Vgl. Vorschlag Liepelt's an Anders über eine Aktion aus Bayern am 9. 1. 1961, AdsD PV 0834.

⁷⁹ Vgl. für den ersten Bericht das Protokoll der gemeinsamen Sitzung von Präsidium und zentraler Wahlkampfleitung am 11. 7. 1960, AdsD NL Anders 4. Er hieß schlicht: »Befunde, Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung I, 30. 1. 1960«, AdsD NL Anders 3.

⁸⁰ Vgl. die verschiedenen Überlegungen, die sich in den Berichten des Instituts wie auch in den teilweise darauf rekurrierenden Niederschriften der PV-Mitarbeiter wiederfanden. Vgl. als Ausschnitt die verschiedenen längeren Texte von Infas, Karl Anders und Wolfgang Müller, AdsD PV 0984.

⁸¹ Vgl. Infas, »Konturen«, ebd.

⁸² Vgl. Notiz Anders am 1. 3. 1961, AdsD NL Anders 4. Die Ergebnisse dieses Parts legten sie in einem Bericht zum Image Brandts vor, Mai 1961. Vgl. Notiz Säger an zentrale Wahlkampfleitung am 20. 7. 1961, streng vertraulich über einen »Posentest«, AdsD PV 0858.

erfolgreich sein könne, und auch dank der erzeugten Daten setzte die SPD in ihrer ohnehin spät einsetzenden Reaktion auf Aufklärung und geringen Aufwand.⁸³ Wie sich zeigte, hatten SPD und Infas jedoch die zuvor beschworene und in vorherigen Wahlkämpfen erfahrene ›Manipulationsmacht‹ der CDU erneut unterschätzt.

Die Beratungsarbeit der Sozialwissenschaftler barg noch weitere Facetten. Die Bundestagswahl wurde nicht nur in den zentralen Gremien (Organisation, Technische Wahlkommission), sondern daneben auch in Unterausschüssen (Schriften, Sicht, Funk/Film/Fernsehen) zu deren Beratung ab Ende 1960 mit Hilfe von Infas arbeitsteilig vorbereitet. Dort wurde über spezifische Fragen der Werbung diskutiert, die durch eine Technische Wahlkommission zusammengebunden wurden. In einer der Arbeitsgruppen, der AG Sicht, berieten sich die Teilnehmer über die visuelle Seite der Werbung, und die Wissenschaftler kümmerten sich konkret um die Ausgestaltung von Logos und Plakaten. Es ging dabei um ein neues SPD-Logo, um die generell zu verwendende Hintergrundfarbe für Plakate der SPD sowie um die konkrete Ausgestaltung der Materialien bis hin zur Auswahl der zu verwendenden Fotos von Willy Brandt. Teile dieser Tests waren in die regionalen Strukturanalysen ausgelagert worden. So wurde ein Farbttest in die saarländische Untersuchung eingebaut.⁸⁴ Das Ergebnis schlug sich im Wechsel der Standardfarbe der SPD zu dunkelblau nieder.⁸⁵ Auch saßen Liepelt und Hartenstein bereits 1960 in einer kleinen Gruppe, die ein auf dem Parteitag 1960 zu verabschiedendes Manifest vorbereiten sollte. Der Text sollte die Regierungsfähigkeit der SPD repräsentieren. Ihre Aufgabe bestand darin, den Text mit demoskopischer Expertise zu lesen und Vorschläge zu unterbreiten, mit welchen Themen und Argumentationen welche Zielgruppen am besten anzusprechen seien.⁸⁶ Sie machten ihre Vorschläge, doch nach einigem internen Hin und Her wurde erkannt, daß dieses Manifest ohnehin nur von beschränktem Interesse sei, da es nach Berechnungen von Infas nicht das erwünschte Zielpublikum, aber immerhin die Partei, Multiplikatoren und politisch Interessierte traf.⁸⁷ Dieser Vorfall kennzeichnet den Aktionismus, aber auch die Experimentierfreude und Offenheit (nicht nur) dieser Gremien, die sich zunächst in die Arbeit stürzten, um später nach dem Horizont ihres Tuns zu suchen.⁸⁸

⁸³ Vgl. für die Diffamierungen P. MERSEBURGER, Willy Brandt, 2002, S. 408–421.

⁸⁴ Der Farbttest wurde an Farbaufdrucken für das obere Teil des Saarplakats mit dem Slogan »aufwärts« getestet. Vgl. Bericht von Hartenstein im Protokoll der AG-Sitzung am 14.1.1961, AdsD PV 0984.

⁸⁵ Vgl. Protokolle der AG-Sitzung am 14.1.1961 und der Technischen Wahlkampfkommission am 17.1.1961, ebd.; auch dazu K. SCHÖNHOFEN, Sozialdemokratie im Wandel, 1998, S. 161. Kombinierte Tests für Schriftzeichen, Layout und Farbe konnten jedoch aus Zeit- und Finanzgründen nicht mehr durchgeführt werden und blieben daher der zentralen Wahlkampfkommission zur Entscheidung übrig. Vgl. Protokoll der AG-Sitzung am 15.2.1961, AdsD PV 0984.

⁸⁶ Vgl. Vermerk Anders am 8.8.1960, AdsD NL Erler 91.

⁸⁷ Vgl. für die Überlegungen AdsD 2/EOAA000400; Vermerk Anders an Zentrale Wahlkampfleitung am 21.10.1960, AdsD PV 0984.

⁸⁸ Vgl. Protokoll der Sitzung der Technischen Wahlkampfleitung am 19.10.1960 und weitere Protokolle und Notizen, AdsD NL Anders 3.

In all diesen Gremien saßen Vertreter von Infas, da die Nachfrage nach Expertenwissen sie in alle Entscheidungszirkel hinein diffundieren ließ und sie zu Werbeberatern machte.⁸⁹ So wurden die Demoskopien zu überall einsetzbaren ›Machern‹, da sie sich beispielsweise jenseits der demoskopischen Tests auch um die Erstellung von Broschüren zu kümmern hatten. Und wenn sie schon Slogans testeten, konnten dies auch im Vorfeld des Wahlkampfs für potentielle Mitglieder tun: »Geh mit der Zeit – geh mit der SPD.«⁹⁰ Sie bildeten mit ihrer Expertise eine Schnittmenge aus den Gremien, während sie eigentlich damit beschäftigt waren, die ersten Daten aus den Strukturanalysen vorzulegen und die laufenden Umfragen zu bearbeiten. Gleichzeitig erhöhte sich ihr Arbeitsvolumen durch die Anforderungen, die aus den Gremien heraus an sie gestellt wurden.

Ein weiteres Beispiel für an Expertise gebundene Zuarbeit konstituierte sich in dem »Arbeitskreis Berlin«, der sich aus Unzufriedenheit mit dem Parteivorstand gründete. Der nicht parteipolitische Kreis ging aus dem Umfeld des Kanzlerkandidaten Willy Brandt hervor. Er war bereits zuvor lose als »Politisches Laboratorium« verknüpft gewesen und setzte sich zu einem großen Teil aus Mitgliedern des Klubs vom 3. Oktober zusammen.⁹¹ Mit einem Selbstverständnis als »Feuerwehrtruppe« übernahm die Gruppe kurzfristig anfallende Aufgaben sowie eine konkrete Beratung von Brandt bezüglich seiner Außendarstellung.⁹² Neben Einschätzungen der Lage, der Gegnerbeobachtung und dem Aufzeigen problematischer Aspekte ging es häufig um konkrete Zuarbeiten wie Redeentwürfe für Brandt und sonstige publizistische Arbeit. Sowohl SPD- wie auch CDU-Veranstaltungen wurden beobachtet und ausgewertet.⁹³ Aus diesen Aspekten wiederum ergaben sich für Infas, das hier über Hartenstein und Schubert vertreten wurde, weitere Aufgaben wie eine frühzeitige Konzeption für eine Nachwahluntersuchung und ein kurzfristige Untersuchung im Juli 1961 für Hinweise zur letzten Wahlkampfphase.⁹⁴ Die Ergebnisse dieser Umfrage lagen bereits Anfang August vor und wurden in einzelnen Aspekten noch in

⁸⁹ Vgl. Notiz des Koordinators der Gremien, Karl Anders, am 29. 11. 60, AdsD PV 0984.

⁹⁰ Vgl. die von Infas erstellte Broschüre »Mitglieder werben – leicht gemacht«, AdsD NL Bruno Gleitze Werbe-Ausschuß.

⁹¹ Die Mitglieder des Arbeitskreises waren: Werner Steltzer, Ulrich Dübber, Eugen Selbmann, Konrad Schayer, Dr. Günter Schubert, Dr. Kurt Nemitz, Dr. Hans Robinsohn, Dr. Klaus-Peter Schulz, Harold Hurwitz. Vgl. Liste in AdsD, WBA, Berlin 164. Gleichzeitig waren Mitglieder des Klubs: Robinsohn, Sänger, Steltzer, Schubert (und Klaus Besser), Brief Robinsohns an Brandt am 2. 12. 1961, AdsD, WBA, Berlin 35.

⁹² Vgl. zur Aufgabe auch Korrespondenz von Steltzer/Bahr, Januar 1961, AdsD 2/PVAR000012; protokollarische Anmerkung Egon Bahrs über die mangelhafte Vorbereitung der ersten Wahlkampfphase auf der Sitzung der Technischen Wahlkampfleitung am 17. 1. 1961 AdsD PV 0984; dazu auch Brief Anders an Brandt am 22. 10. 1960, AdsD, WBA, Berlin 31; Brief Steltzer an Brandt am 8. 9. 1961 mit einer Art Rechenschaftsbericht zur Arbeit, AdsD 2/PVAR000011.

⁹³ Vgl. Unterlagen dazu v. a. in AdsD 2/BTF628.

⁹⁴ Vgl. Sitzungsprotokoll vom 16./17. 6. 1961, AdsD 2/PVAR000009; Schubert an Steltzer mit dem konkreten Angebot am 20. 6. 1961, AdsD 2/PVAR000012; Brief Steltzer an Brandt am 22. 6. 1961, AdsD 2/PVAR000011; vgl. Notiz von Fritz Sänger, kommissarischer Chef der Werbung, zur Genehmigung der Umfrage an die zentrale Wahlkampfleitung vom 3. 7. 1961, AdsD PV 0858.

die Rede Willy Brandts in Nürnberg am 12. August 1961 eingearbeitet, doch bereits einen Tag später verloren die Ergebnisse, genau wie andere Umfragen auch, mit dem Mauerbau einen Großteil ihres Wertes.⁹⁵ Um die neu entstandene Unsicherheit abzufangen, unternahm Infas daraufhin eine sogenannte Blitzbefragung zur Reaktion auf die Mauer, um die Lage neu einschätzen zu können.⁹⁶ Durch diese Aufteilung in lang- und kurzfristige Untersuchungen spaltete sich die Aufgabe der Meinungsforscher in eine generelle Politikberatung im Rahmen der Wahlkampfplanung und eine spezifische, auf einzelne Fragen zugeschnittene Bearbeitung von Problemen, die bis zur Beratungsarbeit bei einzelnen Wahlkampfauftritten reichte.

Beide Aufgaben trugen jedoch zum Ziel eines langfristigen Wandels der Kommunikation der SPD bei. Der Überzeugungs- und »Übersetzungsarbeit« lag auch die Vorstellung zugrunde, daß langes und wiederholtes Bearbeiten irgendwann in die Gedanken des Publikums eindringe und es zu einer Verhaltensänderung bewege. Dies galt eben auch für das interne Publikum in der SPD. Die Sozialwissenschaftler nutzten in den Analysen immer wieder die Chance, ihre Denkweise zur Beeinflussung von Wählern darzulegen und sie zu propagieren, um sie der SPD-Spitze und den Untergliederungen nahe zu bringen. Der beabsichtigte Sickerfekt wurde ab Ende 1960 auch mit eigenen Auftritten auf Konferenzen und Parteitagungen forciert, um den Sekretären dort unter mehr oder weniger großer Geheimhaltung die Grundzüge der Überlegungen und der demoskopischen Interpretationen vorzustellen. Nach einem ersten erfolgreichen Probedurchlauf einer Bezirkssekretärskonferenz wurde die Serie auch auf anderen Sekretärskonferenzen allen Teilnehmern präsentiert. So kam das Institut dazu, ab Januar 1961 durch die Regionen der Republik zu fahren, um seine auf Erlers Vorschlag auch im Parteivorstand vorgestellte und jeweils regional abgestimmt überarbeitete Diashow »Ein Jahr vor der Wahl: Stimmungen und Chancen« zu präsentieren und den Regionen die Bedeutung einer demoskopisch fundierten und auf einer Sozialstrukturanalyse basierenden Wahlkampagne einzupfropfen.⁹⁷ Ziel war, die Betrachtungsweise der Funktionäre mit Hilfe einer soziologischen Interpretation der Gesellschaft, einer Sozialstrukturanalyse, zu transformieren, um ihnen die gesellschaftlichen Veränderungen nahe zu bringen und für eine neue Verhaltensweise zu plädieren. Dazu griffen die Vortragenden auf eine klassenkämpferische, aber auch eine ökonomische Sprache zurück, um so Anknüpfungspunkte für das Verständnis der Zuhörer zu erhalten und in ihrem Sinne zu nutzen. Außerdem dienten die Regionalanalysen als Kunstgriff, um sowohl typologisches

⁹⁵ Für die Einarbeitung der Umfrageergebnisse in den Text vgl. die Anweisung Sängers vom 7. 8. 1961, AdSD 2/PVAR000013; der Redentwurf findet sich in AdSD 2/PVAR000011; Brief Sängers an Nau am 19. 9. 1961, AdSD 2/EOAA000400.

⁹⁶ Vgl. auch den nicht spannungsfreien Briefwechsel zwischen Sängers und Nau vom 1. und 19. 9. 1961 und Vermerk Nau vom 22. 9. 1961, AdSD 2/PVAH000041.

⁹⁷ Vgl. Vorschlag Erlers auf der Sitzung am 10. 12. 1960; Manuskript zum Diavortrag: Anlage zum Protokoll der PV-Sitzung am 9./10. 1. 1961; als Nachweis der Attraktivität vgl. Anfrage Hety Schmitt-Maas (Frauenbeauftragte) bei Anders am 10. 1. 1961 und Programm des Kurses, AdSD PV 0858; für die Präsentation in der SPD-Bundestagsfraktion vgl. Protokoll der Sitzung vom 6. 2. 1961, W. HÖLSCHER (Bearb.), SPD-Fraktionsprotokolle 1957–1961, 1993, S. 513.

Denken als auch einen den Funktionären vertrauten Zugriff einzubringen. Die Struktur der Vorträge war dabei immer dieselbe. Sie gingen von Aussagen zur generellen Arbeitsweise der Meinungsforschung und empirischen Sozialwissenschaft aus und präsentierten anschließend Befunde der Strukturanalyse, variiert durch die örtliche Sozialstruktur, die Situation der SPD und die daraus abgeleitete Zuordnung zu einem Gebietstyp, der ausdifferenziert wurde nach Potentialen für Zugewinne sowie Verluste.⁹⁸

Die einmal von Infas entwickelten Klassifizierungen gerannen zu Analyseschemata für weitere Untersuchungen. So wurde die gemeinsame Wahlauswertung mit den Bezirken Ende 1961 daran ausgerichtet. Hier wurden die zuvor gestellten Analysen mit den Ergebnissen verglichen, die Bezirke den verschiedenen Fällen zugeordnet und dann in Arbeitsgruppen die notwendige Planung zur weiteren Arbeit vorgenommen. Infas stellte zudem seine neue Tonbildserie zum Ergebnis der Wahl (»Wahlergebnis 1961. Schwerpunkte und Tendenzen«) mit einer Nachwahluntersuchung vor.⁹⁹ Auch damit ging Infas auf eine Tour durch die Regionen. Anfänglich bedurfte es für die Auftritte noch einer genauen Absprache zwischen dem Institut und der Parteiführung zur inhaltlichen wie interpretierenden Ausgestaltung, um den richtigen und vom Parteivorstand gewollten Ton zu treffen und um zu viel Öffentlichkeit zu vermeiden.¹⁰⁰ Allerdings nahm die Sicherheit des Auftretens mit der Zahl der Präsentationen zu, denn Infas lernte die Untergliederungen der Partei und diese wiederum Infas besser kennen. Das Institut erwuchs zu einem festen Bestandteil der sozialdemokratischen Deutungskultur der sechziger Jahre.

Mit der Umsetzung des »Wahlkampfes aus einem Guß« war die Etablierung der Meinungsforschung in der politischen Praxis der SPD vollzogen. Infas hatte sich mit einem auf die regionale Ebene und auf die Bundesebene zugeschnittenen Forschungsprogramm durchsetzen können. So hatte es gleich mehrere Gliederungsebenen beraten und mit den Erkenntnissen der Demoskopie und Sozialforschung versehen können. Das Institut gab der SPD mit Hilfe seiner Sozialstrukturanalysen und den Klassifizierungsschemata regional wie auf soziale Schichtung bezogen eine Orientierung, die in dreierlei Hinsicht von Bedeutung war: Die Sozialstrukturanalyse finanzierte das Institut von dritter Seite, bot eine Grundlage der Wahlkampfplanung und half, die Funktionäre bis zur Kreisebene über Beobachtungen zur Veränderung von Gesellschaft zu unterrichten. Das Meinungsforschungsinstitut trug damit zu einem systemischen Lernprozeß der SPD-Organisation darüber bei, was

⁹⁸ Vgl. bereits Strukturanalyse Hessen für die Entwicklung dieser Kategorien, vgl. Briefe an Bezirke im August 1960, AdsD PV 0800.

⁹⁹ Vgl. die Einladung zur Konferenz »Nach dem Wahlerfolg weiter voran. Arbeitstagung der SPD am 27./28. 11. 1961« in Bad Godesberg AdsD NL Erler 67; für Beitrag Karl Garbes (Arbeitskreis A, eigene Traditionsgebiete) vgl. das Manuskript in AdsD PV 0709.

¹⁰⁰ Für Absprache bezüglich der Auftritte auf einem Parteitag im Dezember 1960 und Sekretärskonferenzen Anfang 1961, für die Infas eine Tonbildserie entwickelte, vgl. Briefe Liepelts an Wehner am 10. 11. 1960 und 9. 1. 1961 sowie Anweisung Wehners zur Freigabe für alle Zuhörer Anfang Januar 1961, und für Präsentation nach der Wahl vgl. Brief an Wehner am 26. 9. 1961 und für Materialsammlung Brief Infas an Schleswig-Holstein am 19. 10. 1961, AdsD PV 2570.

eine moderne Gesellschaft kennzeichne und wie sich die SPD darin platziere oder vielmehr: was sie tun müsse, um ihren Stimmenanteil zu erhöhen und sich gesellschaftlich fest zu verankern. Mit dem Untersuchungsprogramm und der Vorgehensweise hatte Infas ein Repertoire an Analysen und Praktiken geschaffen, das in den folgenden Jahren wie selbstverständlich fortgeführt und ausgebaut wurde.

c) *Wechselwirkungen der demoskopischen Beratung: Westernisierung als Professionalisierung?*

Die SPD hatte mit dem Wahlkampf 1961 den Übergang von einer protowissenschaftlichen zu einer demoskopisch verwissenschaftlichten Politik vollzogen. Doch was bedeutete dies für die politische Praxis und die SPD als Organisation? Und welche Folgen hatte die Etablierung der Meinungsforschung für die Demoskopien selber? Im folgenden sollen die Fragen nach den Aus- und Wechselwirkungen, nach den Ausgangskonstellationen der Akteure und Entwicklungen anhand der Stichworte »Westernisierung« und »Professionalisierung« thematisiert werden.

Der Wandel in der Perspektive auf die deutsche Gesellschaft und die damit einhergehenden Veränderungen in der politischen Kommunikation der SPD waren nicht einfach auf einen gewollten »Wandel von oben« zurückzuführen. Wenn auch die Beratung der Untergliederungen von der Spitze der Partei her als Professionalisierung durch ein pädagogisches Lernprogramm für die Funktionäre der Partei begriffen wurde und auch der Wandel gewollt war, so waren die Auswirkungen in ihrer Breite und ihren Folgen nicht bedacht worden.

Die Ausgangssituation in der SPD war in der zweiten Hälfte der fünfziger Jahre gekennzeichnet von dem Willen in der Parteiführung, wieder Wählermehrheiten zu erringen, zu deren Zweck eine Modernisierung der Partei unabdingbar schien. Wie dieser Wandel jedoch aussehen sollte, war zunächst noch unklar. Stellvertretend für die verschiedenen Vorstellungen können Heine, Wehner und von Knoeringen genannt werden, die alle an dem Einsatz der Meinungsforschung interessiert waren, damit aber unterschiedliche Ziele oder Vorstellungen verknüpften. Kurz gesagt: Während Heine von einer eher technokratischen Umsetzung der Meinungsforschung überzeugt war, hatte Wehner eher »ganzheitliche« Vorstellungen von der Indienstnahme der Meinungsforschung für die Partei im Sinn. Knoeringen schließlich legte den Schwerpunkt auf Meinungsforschung als einem Instrument für eine demokratischere Politik.

Es war insbesondere Heine, der für die Nutzung sozialwissenschaftlicher und demoskopischer Erkenntnisse in der SPD sorgte. Allerdings wurde in ihm eine Zerrissenheit zwischen den Erfahrungen im Exil und seiner Sozialisation in der Weimarer Sozialdemokratie deutlich. Er war sicherlich der widersprüchlichste Befürworter der Demoskopie.¹⁰¹ Während der fünfziger Jahre war die universitäre Forschung, vertreten durch Wolfgang Abendroth, Otto Stammer und davor A. R. L. Gurland, von Heine wohlwollend beachtet worden, jedoch hatte er strikte Deutungsforderun-

¹⁰¹ Diese Disposition stellt Appellius in seiner Biographie heraus: S. APPELLIUS, Heine, 1999.

gen im Dienste der Partei gefordert. Diese Haltung, wissenschaftliche Arbeiten als Unterstützung politischer Ziele zu betrachten und negative Ergebnisse als fehlende Loyalität zu deuten, hatte sich bei einer Auseinandersetzung aus Anlaß eines Berliner Forschungsprojekts zur Bundestagswahl 1957 gezeigt, als Heine den damals als Assistent von Otto Stammer tätigen Klaus Schütz kritisierte, er habe seine Ausführungen nicht ausreichend zugunsten der SPD ausfallen lassen.¹⁰² Als 1960 Rudolf Wildenmann mit anderen Projektmitarbeitern des Kölner Wahlforschungsprojektes an den Parteivorstand herantrat, um Interviews zu führen und Material zu sammeln, stellte seine politische Ungebundenheit kein Problem dar und er erhielt eine schnelle Genehmigung.¹⁰³ Im Gegenzug erhielt der Parteivorstand den Fragebogen der Studie, die die Kölner Wahlforscher gemeinsam mit DIVO durchführten, sowie die Ergebnisse; außerdem arbeitete Infas danach mit Wildenmann in einigen Umfragen in Bezug auf Wahlrechtsfragen zusammen.¹⁰⁴ Aus dieser Zusammenarbeit und Infas' Bemühen, Anschluß an die wissenschaftliche Wahlforschung herzustellen, läßt sich insgesamt eine Öffnung des Parteivorstandes gegenüber der universitären Forschung beobachten, die sich zumindest teilweise als eine Folge des vorherigen Wandels deuten läßt.

Heine zog in den fünfziger Jahren gerne das Beispiel der Labour Party heran, die er schließlich gut kannte. Seine Orientierung war jedoch generell, wie die Wehners – der im übrigen seine Beispiele eher in Schweden suchte –, auf die Entwicklung in der Sozialistischen Internationale gerichtet. Er besuchte die Schwesterparteien und lud deren Vertreter im Gegenzug ein.¹⁰⁵ Wie ungeübt die SPD ansonsten in ausländischer Wahlbeobachtung Mitte der fünfziger Jahre war, zeigte die USA-Reise Heines, der sich keine Zeit zur Vorbereitung genommen hatte und dann in letzter Minute noch mit Beratung und Hilfe der drei Meinungsforscher (vergeblich) versuchte, Gesprächstermine abzustimmen.¹⁰⁶ Aus den Anfängen Mitte der fünfziger Jahre

¹⁰² Es handelte sich um seinen Beitrag in: W. HIRSCH-WEBER/K. SCHÜTZ, Wähler und Gewählte, 1957; teilweise absurde Vorwürfe Heines an die Adresse von Schütz, dessen Antwort und die Einbeziehung Otto Stammers in diese Auseinandersetzung; Korrespondenz Mai/Juni 1957, AdSD 2/PVAJ000094 und AdSD 2/PVAJ000086.

¹⁰³ Vgl. Vermerk von Werner Noll (Mitarbeiter PV) über ein Gespräch mit vier Assistenten von René König im Rahmen des Forschungsprojekts, AdSD PV 0858; vgl. Anfrage Wildenmann (für sich und Erwin K. Scheuch) an Wehner am 20. 5. 1962 zur Teilnahme am Parteitag, AdSD 2/EOAA000260; vgl. Briefwechsel Wildemann/Ollenhauer über Gespräch am 21. 5. 1962, Antwort vom 22. 6. 1962, AdSD 2/EOAA000259. Für weitere Anfragen vgl. z. B. Hans-Dieter Klingemann an Waldemar von Knoeringen, Januar 1960, AdSD, NL von Knoeringen, 489; Peter W. Sperlich von der Universität Michigan am 22. 8. 1960, AdSD PV 0834.

¹⁰⁴ Vgl. Fragebogen DIVO 822/I, Juli 1961, in AdSD NL Anders 3; das Material »Das politische Bild im Spiegel der Bundestagswahlergebnisse« wurde am 28. 10. 1963 dem Präsidium vorgelegt; AdSD 2/PVAR000000; vgl. Vermerk von Infas über Zusammenarbeit mit Wildenmann und Dr. Varain von der Universität Kiel vom 2. 2. 1964, AdSD NL Erler 97.

¹⁰⁵ Vgl. z. B. den Besuch M. Sluysers von der niederländischen Arbeiterpartei am 3. 7. 1956 im Werbe- und Propaganda-Ausschuß, AdSD 2/PVAJ000304.

¹⁰⁶ Vgl. Briefwechsel Heine/Shepard Stone August/September 1956, AdSD 2/PVAJ000095; Hinweise der Meinungsforscher zu einem Treffen mit Morris Janowitz (Soziologie-Professor an der

wurde zum Beginn der sechziger Jahre ein professionell organisiertes Bemühen um die Erkenntnisse und Vorgehensweise anderer Parteien. Dabei wurde genau auf die Hinzuziehung wissenschaftlicher Erkenntnisse beziehungsweise der Organisation von Politikberatung in den Schwesterparteien geachtet. Es verbanden sich zwei unterschiedliche Betrachtungsstrategien miteinander: eine, die auf die Erkenntnis von Gesellschaft setzte und an ihr anzusetzen versuchte, um Reformen auch innerparteilich zu erzielen, und eine zweite, die die Organisation der Schwesterparteien beobachtete, um aus ihnen eine Veränderung und Legitimierung durch deren Erfolg ableiten zu können. Es wurden entsprechend immer zwei Personen, nämlich ein politischer Akteur und ein Akteur aus dem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, mit genauer Vorbereitung zur Beobachtung eines Wahlkampfes geschickt und dann anschließend Berichte unter der Fragestellung, was davon zu übertragen sei, eingefordert.¹⁰⁷ Hier fanden verschiedene Fäden einer organisatorischen Professionalisierung zusammen, die von der Meinungsforschung getragen oder zumindest mittelbar gefördert wurden.

Herbert Wehner stellte im direkten Anschluß an Heine die entscheidenden Weichen für die organisatorische Professionalisierung, indem er seine Ideen einer Organisationsreform eng mit der Etablierung der Meinungsforschung verknüpfte.¹⁰⁸ Er war von der Idee überzeugt, der Partei etwas beibringen zu müssen, ihr ›Bewußtsein‹ und professionelle Kenntnis zu vermitteln. Die Mitglieder und vor allem die Funktionäre sollten in der bundesrepublikanischen Nachkriegsgesellschaft ankommen und sich darin zurechtzufinden lernen mit dem Ziel, die Partei mehrheitsfähig zu machen und neue Mitglieder zu werben. Er besaß damit ein vornehmlich strategisches Verhältnis zur Meinungsforschung: Ihm kam es nicht auf die Wissenschaftlichkeit der Daten an, sondern auf ihren Nutzen, um das Ziel einer Stimmenmehrheit zu erreichen. Infas übernahm die Bearbeitung der Untergliederungen, und dadurch erfuhren der Parteivorstand beziehungsweise Wehner etwas über die Situation vor Ort. Auf diese Weise ergab sich eine stärkere Kontrollmöglichkeit der Untergliederungen durch die Parteispitze, und es erschloß sich eine daraus erwachsende notwendige Zusammenarbeit und gegenseitige Stützung. Währenddessen veränderte sich die Betrachtungsweise von Politik in der SPD.

Universität von Michigan in Ann Arbor, gleichzeitig aktiver Berater) an Heine vom 15. 8. 1956, AdSD 2/PVAJ000053.

¹⁰⁷ Als Beispiel für die professionelle Wahlkampfbeobachtung lassen sich die USA-Reise von Klaus Schütz und Alex Möller sowie die Reise nach Großbritannien, aber auch kleinere Reisen nach Dänemark und Schweden bezeichnen: Vgl. K. SCHÜTZ, Logenplatz, 1992, S. 173–179; A. MÖLLER, Genosse Generaldirektor, 1978, S. 173 ff.; auch K. KLOTZBACH, Weg zur Staatspartei, 1996, S. 511 f.; dazu auch Präsidiums-Protokoll vom 29. 08. und 19. 11. 1960; AdSD, WBA, Berlin 32 (Bericht Möller für Brandt). Für die Berichterstattung über GB vgl. Protokolle der Präsidiums-Sitzungen am 14. 09. und 12. 10. 1959; für Schweden und Dänemark vgl. Brief Brandts an MdB Ernst Paul am 30. 8. 1960, AdSD, WBA, Berlin 32; für Beschluß zur Reise nach Schweden vgl. Präsidiums-Protokoll vom 29. 8. 1960 und für Dänemark am 3. 10. 1960.

¹⁰⁸ In diesem Sinne war die Akteurskonstellation ebenso entscheidend wie bei der Bundesregierung mit Otto Lenz, vgl. Kap. 2.1.c.

Jedoch ließ sich eine andere Sichtweise nicht einfach über die politischen Akteure stützen. Ein Teil der politischen Akteure hatte sich schon Jahre zuvor, im Exil oder auch in Deutschland, von der spezifischen Weltanschauung der SPD aus der Weimarer Republik gelöst und Vorstellungen einer Demokratie an die angelsächsischen Vorbilder der parlamentarischen Demokratie angenähert.¹⁰⁹ Sie bildeten die Gruppe derjenigen, die von Beginn an die Nutzung der Meinungsforschung befürworteten und sich auch generell für einen anderen politischen Stil (mehr oder weniger offen) aussprachen. Zum Beispiel zählte Willi Eichler zu dieser Gruppe, aber auch Fritz Erler, Fritz Sänger sowie der Chefredakteur der Hamburger Morgenpost, Heinrich Braune, gehörten dazu. Eichler, Sänger und Braune hatten gemein, dem Klub vom 3. Oktober anzugehören, in dem bereits früh die notwendigen Anpassungen der SPD an die gesellschaftliche Wirklichkeit diskutiert und eingefordert wurden. Waldemar von Knoeringen näherte sich der Meinungsforschung aus einem kulturpolitischen Ansatz heraus, diskutierte aber in seinem akademischen Arbeitskreis in München bereits früh einen auf Partizipation und Offenheit setzenden Politikstil. So lud er beispielsweise Elisabeth Noelle-Neumann zu einem Vortrag über Meinungsforschung 1957 nach München ein.¹¹⁰ Gerade von Knoeringen hatte erkannt, daß die Mitglieder der SPD einen langen Prozeß der Umstellung auf die neue, demoskopisch erfaßbare, gesellschaftliche Wirklichkeit durchmachen würden, denn der ›Genosse draußen‹ verstehe dies nicht so schnell.¹¹¹

Neben den Exilanten Eichler und von Knoeringen zeigte sich auch Willy Brandt der Demoskopie gegenüber aufgeschlossen. Er hatte die Nutzung der Meinungsforschung für die Berliner Wahlkämpfe in den fünfziger Jahren unterstützt und ließ sich später von seinen Mitarbeitern der Senatskanzlei kontinuierlich über neue Zahlen unterrichten, erhielt aber auch als Mitglied der SPD-Spitze beständig Berichte über neueste Umfragen. Damit unterschied er sich nicht von anderen politischen Akteuren. Allerdings war seine Beziehung insofern ungewöhnlich, da er sich in einem sehr starken Maß einbrachte, sei es durch Reaktionen auf Fragebögen oder Berichten oder aber auch durch eigene Ideen.¹¹² Er interessierte sich für die Ergebnisse, beharrte dabei aber immer auf eine allgemeine Verständlichkeit und den darin zu entfaltenden politischen Handlungsoptionen: So fragte er in handschriftlichen Vermerken auf den Berichten oder auf kleinen Zetteln, die er weiterreichen ließ,

¹⁰⁹ Vgl. H. MEHRINGER, *Impulse*, 1997; J. ANGSTER, *Konsenskapitalismus*, 2003.

¹¹⁰ Zu diesem Kreis gehörten u. a. Peter Glotz und der Münchner Kommunikationswissenschaftler Wolfgang Langenbacher. Für die Überlegungen und die Mitglieder des Kreises vgl. AdSD NL von Knoeringen 429; für Vortrag vgl. »Politische Meinungsforschung und demokratische Praxis«, Vorwärts vom 13. 12. 1957; vgl. auch M. SCHEIBE, *Auf der Suche nach der demokratischen Gesellschaft*, 2002, hier S. 266 f.

¹¹¹ Vgl. von Knoeringen im WPA am 11. 11. 1958, S. 22 f., AdSD 2/PVAJ000305.

¹¹² Hermann Bortfeldt (Referent Brandts beim Parteivorstand) besorgte auf Anfrage Brandts bei Nau 10 000 DM zu einer bei Infas in Auftrag zu gebenden Umfrage zum »Verbraucherverhalten und Politik«. Vgl. Brief Bortfeldt an Liepelt am 4. 3. 1961; genauso ließ Brandt ausrichten, wenn er einen Fragebogen für besonders gut hielt, vgl. entsprechenden Hinweis von Staar an Bortfeldt am 6. 9. 1962, AdSD 2/PVAR000022.

recht unverblümt nach dem Sinn und dem politischen Nutzen der jeweiligen Umfrage.¹¹³ Auf diese Weise nahm er starken Einfluß auf die Gestaltung der Untersuchungen. Die Haltung Brandts korrespondierte jedoch generell mit der zunehmenden Ausweitung demoskopischer Untersuchungen und der Aufwertung wissenschaftlichen Wissens. Jenes trug seines Erachtens einen wichtigen Teil dazu bei, Politik »aus der Sphäre des Zufälligen und Gelegentlichen« zu holen.¹¹⁴ Infas spielte dabei eine aktive Rolle. Seitdem Willy Brandt zunächst stellvertretender Vorsitzender, später Vorsitzender war, nahm er die Untersuchungen des Instituts stärker in Anspruch. Auch trat Infas mit vielen eigenen Vorschlägen an ihn heran, zum Beispiel mit der Idee zu einer Blitzumfrage nach dem Kennedy-Besuch 1963. Zuvor war niemand in der SPD auf die Idee gekommen, empirisch zu prüfen, ob der Besuch Auswirkungen auf die Wahrnehmung Brandts (oder Adenauers) besaß, obwohl der Besuch minutiös geplant wurde.¹¹⁵

Die drei Sozialwissenschaftler bezogen sich in ihrem Vorgehen auf ihre Erfahrungen während ihres (teilweise) gemeinsamen Studiums in den USA und an europäischen Universitäten, die sie in Vorträgen als Legitimation ihrer anderen Perspektive auf das Wahlverhalten heranzogen.¹¹⁶ Damit setzten sie sich deutlich von der überwiegend europäischen Orientierung und der Ausrichtung der politischen Akteure an der Sozialistischen Internationale. Alle drei hatten in den USA studiert, Hartenstein und Liepelt sogar gemeinsam in Ann Arbor/Michigan. Liepelt hatte zudem ein Semester in Paris verbracht und vor seiner Anstellung bei DIVO kurzzeitig als Assistent bei dem sich als Gastdozent an der Frankfurter Universität aufhaltenden amerikanischen Kommunikationswissenschaftler Morris Janowitz gearbeitet. Sie gehörten zu einer neuen Generation junger Forscher, die ihre Studienerfahrungen vor allem im amerikanischen Ausland hatten sammeln können. Aber auch auf der Seite der politischen Akteure gab es welche, die Kenntnisse zur Politik während des Studiums in den USA gesammelt hatten (zum Beispiel Klaus Schütz oder Horst Ehmke), so daß sich stellenweise Übereinstimmungen mit Blick auf die Indienstnahme empirischer Sozialforschung durch die Politik ergaben.¹¹⁷

Auf diese Weise ergab sich ein mehrdimensionaler kulturell-wissenschaftlicher Transfer von Wissen und Erfahrungen in die (Politik der) SPD hinein: Die drei

¹¹³ Vgl. als Beispiel Notiz von Brandt an Bahr am 25.2.1962, LAB B 002-4077, Bd. 1.

¹¹⁴ W. BRANDT, Vertrauen, in: SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Deutsche Gemeinschaftsaufgaben, 1962/63, Bd. 5, S. 91f.

¹¹⁵ Vgl. Vorschlag Liepelt's an Egon Bahr am 26.6.1963, AdsD 2/PVAH000043; vgl. für das Verhältnis von Infas zu Brandt und die Rolle Berlins auch weiter unten, S. 42f.; A. W. DAUM, Kennedy in Berlin, 2003.

¹¹⁶ Vgl. für Bezugnahme auf USA Vortrag von Liepelt vor dem WPA am 11.11.1958, AdsD PV 0593.

¹¹⁷ Vgl. für die Einschätzung der Rolle der USA C. WEISCHER, Unternehmen »Empirische Sozialforschung«, 2004, S. 123; biographische Auskunft von Wolfgang Hartenstein (Interview am 13.11.2001). In den letzten Jahren hat die Perspektive auf den Kulturtransfer und eine transnationale Forschung eine stärkere Aufmerksamkeit, angestoßen durch die Thesen der Westernisierung, erfahren. Zu den Ansätzen vgl. je als Beispiel J. OSTERHAMMEL, Transnationale Gesellschaftsgeschichte, 2001; M. WERNER/B. ZIMMERMANN, Der Ansatz der Histoire croisée, 2002.

Meinungsforscher übertrugen die amerikanische Wahlforschung auf deutsche Verhältnisse und leisteten mit ihrer sprichwörtlichen »Übersetzung« eben doppelte Übersetzungsarbeit, nämlich einmal auf eine andere Gesellschaft und dann auch noch für die SPD, der diese Erkenntnisse und Erklärungsstrategien von Wahlverhalten nicht geläufig waren. Beispielsweise luden sie die Erklärungsstrategien des gefestigten Zweiparteiensystems der USA, aus deren Wahlforschungen sie ihre Ansätze bezogen, mit einer Art klassenkämpferischen Lagertheorie auf, die sich auf die traditionellen Konfliktlinien und Idiome der Auseinandersetzung in Deutschland (zum Beispiel die SPD als Opfer der Verbindung von Unternehmen beziehungsweise Werbebranche und der CDU) bezogen. Sie leisteten in diesem Sinne aber auch eine doppelte Aneignungsarbeit, da die amerikanischen Theorien von ihnen übertragen und für die SPD einleuchtend nutzbar gemacht wurden. Damit trug die Demoskopie mit ihren Ansätzen amerikanischer Wahlforschung und deren Klassifikations- und Deutungsleistungen in einem unintendierten Effekt zum Wandel der SPD von einer klassenkämpferisch geprägten Partei zu einer pragmatisch orientierten Partei in wichtigen Punkten von Deutung wie politischer Praxis bei. Diesen Wandel als Amerikanisierung zu kennzeichnen, fällt jedoch trotz der 1961 erfolgenden Anleihen im Bundestagswahlkampf schwer, da es sich, aufs Ganze gesehen, nicht um eine einfache Übertragung der Konzepte und Vorstellungen handelte.¹¹⁸ Es ging viel eher um einen über Jahre, in manchen Fällen Jahrzehnte dauernden Prozeß, in dem deutsche Erfahrungen in die USA, aber auch zurück getragen wurden und ein jeweiliger Aneignungsprozeß stattfand, auch wenn der sichtbare Wandel der SPD unter diesem Rubrum von den Zeitgenossen diskutiert wurde.¹¹⁹

In der Summe spricht vieles dafür, diesen Wandel als Westernisierung zu bezeichnen, der auf der grundlegenden Offenheit und Förderung durch verschiedene führende Sozialdemokraten fußte, die mit erneuerten Vorstellungen einer parlamentarischen Demokratie aus dem Exil zurückgekehrt waren. Zu dieser intendierten Öffnung gesellte sich das Moment des Wandels wider Willen in Anbetracht der Versuche, die Richtung der Entwicklung der Meinungsforschung zu steuern. Zwar ließ sie sich für die Zwecke der organisatorischen Reform der SPD einspannen, doch je mehr sich das neue demoskopische Wissen verbreitete, desto weniger ließ sie sich im gewünschten Sinne kontrollieren. Die SPD erlebte Ende der fünfziger und zu Beginn der sechziger Jahre einen tiefgreifenden Wandel, der aufs Engste mit der Westernisierung und der Professionalisierung verknüpft war: Diese Prozesse bedingten und förderten einander und erhielten ihre sichtbaren Zeichen in Umfragen und organisatorischer Erneuerung.

¹¹⁸ Dennoch legen manche Aufsatztitel diesen Schluß nahe: Vgl. J. ANGSTER, *Der neue Stil*, 2003; D. MÜNKEL, »deutscher Kennedy«, 2004; vgl. als Rückblick auf den Transfer K. SCHÜTZ, *Lehren aus Kennedys Kampagne*, 2002.

¹¹⁹ Vgl. dazu auch Kap. 5.2.b, S. 461 und für spätere demoskopische Transferleistungen Kap. 3.5.a, S. 276f.

3. Ausweitung und Differenzierung demoskopischer Beratung 1962–1968

Die Meinungsforschung war sowohl Motor als auch Gegenstand der Neuorientierung in der SPD der sechziger Jahre. Infas und die SPD setzten in den sechziger Jahren ihre enge Zusammenarbeit fort. Während sich die demoskopischen Beobachtung ausweitete, wandelten sich auch die Ansprüche in der SPD. Für das Institut wurde die Wahl 1965 zum Testfall. Es war der dritte Versuch, die Mehrheit zu gewinnen – darauf hatten SPD und Infas seit 1957 hingearbeitet. Daher stellt die Wahl 1965 einen Kristallisationspunkt des Wandels dar, von dem auch die Meinungsforschung in der SPD betroffen war. Wie setzte sich also die Zusammenarbeit zwischen SPD und Infas bis 1965 fort? Und wie ging die SPD in diesen Jahren mit der Meinungsforschung innerparteilich, machtstrategisch und in ihrer Kommunikation nach außen um? Daneben erwuchs mit dem Institut Infratest eine Konkurrenz zu Infas. Wie entwickelte sich diese Konkurrenz und das Verhältnis zur SPD? Nicht zuletzt, um die Nutzungsperspektiven der Demoskopie für die SPD zu erhellen, werden die Arbeits- und Publikationsstrategien vor allem zunächst von Infas, auch in Abgrenzung zu Infratest, beleuchtet.

a) Arbeits- und Abgrenzungsstrategien: Wissenschaft und demoskopische Publizität bei Infas

Ausgehend von ihrem Selbstverständnis als Wissenschaftler, das sich bereits in der Namensgebung manifestierte, verfolgte Infas ab 1961 die Strategie, sich in der Forschung und in der Publizistik zu etablieren. Aus den ersten Untersuchungen, die nicht von der SPD in Auftrag gegeben wurden, baute das Institut eine Veröffentlichungsreihe bei der Europäischen Verlagsanstalt mit regional-, stadt- und verkehrsplannerischen Studien auf, um sich öffentlich als sozialwissenschaftlich arbeitendes Institut zu präsentieren.¹ Als die Aufträge zahlreicher und das Institut bekannter wurde, ging die Anzahl der Publikationen allerdings zurück.² Für eine fachwissenschaftliche Unterstützung konnten die Meinungsforscher bekannte Experten wie den Bonner Politikwissenschaftler Karl-Dietrich Bracher oder den Frankfurter Psychoanalytiker Alexander Mitscherlich gewinnen.³ Gemeinsam mit weiteren deutschen und internationalen Wissenschaftlern aus den Bereichen der Politologie, Geschichte und Soziologie bildeten sie einen Beirat, der dem Institut das gesuchte wissenschaftliche Prestige geben sollte. Hier fanden sich Personen, die die drei Gründer aus ihrem Studium und ihren damit zusammenhängenden Studienaufenthalten im Ausland oder aus anderen Auftragszusammenhängen kannten: Hans Paul Bahrdt (Hannover), Karl Dietrich Bracher (Bonn), Mattei Dogan (Paris), Rudolf

¹ Vgl. Reihe »Veröffentlichungen des ifas« [infas], Bd. 1 und 2: W. HARTENSTEIN/K. LIEPelt, Man auf der Straße, 1961; W. HARTENSTEIN/G. SCHUBERT, Mitlaufen oder Mitbestimmen, 1961.

² Nachdem in den ersten drei Jahren vier Bände publiziert wurden, folgten bis 1969 dann lediglich drei weitere, z. B. K. ZAPF/K. HEIL/J. RUDOLPH, Stadt am Stadtrand, 1969.

³ Vgl. oben und für Band 3 mit dem Nachwort von Bracher: K. LIEPelt/C. LOEW, Menschen an der Saar, 1962.

Hillebrecht (Architekt und Städteplaner, Hannover), Seymour M. Lipset (Berkeley), Alexander Mitscherlich (Heidelberg), Stein Rokkan (Bergen).⁴ Später kamen noch Ake Edfeldt (Stockholm, Leiter von ARE-bolagen) und Hans Herzfeld (Historiker, Berlin – Doktorvater Schuberts und Hartensteins) hinzu; in den achtziger Jahren traten Reimut Jochimsen (Düsseldorf), Samuel L. Eldersveld (Ann Arbor) und Dwaine Marvick (Los Angeles) hinzu.

Infas nutzte diese Namen in erster Linie zur Eigenwerbung, veranstaltete mit jeweils Einzelnen von ihnen Tagungen, gab Bücher heraus oder konstituierte mit ihrer Hilfe Beratungskreise. So berief Infas 1964 den sogenannten »Expertenkreis Wahlanalyse«, der unter dem Vorsitz von Karl-Dietrich Bracher stand und in Konkurrenz zu dem von Ulrich Lohmar betreuten »Gesprächskreis Wissenschaft und Politik« trat, aber auch mit ihm zusammenarbeitete.⁵ Diese Ansätze von Infas zur Einbeziehung der Mitglieder des wissenschaftlichen Beirats fanden erst 1967 eine Fortsetzung in Form einer Tagung zu Fragen der Wechselwählerschaft. Die Tagung, auf der eine Grundlage des späteren Wählerwanderungsmodells erarbeitet wurde, stand unter der wissenschaftlichen Leitung von Alexander Mitscherlich.⁶ Im Jahr darauf folgte eine internationale Tagung zu Wahlsystemen unter dem Titel »International Colloquium on Electoral Systems«.⁷

Die Ausrichtung auf Wahlanalysen im wissenschaftlichen Bereich entsprach den Versuchen, Kontakt zu den universitären Einrichtungen, vor allem soziologischen Lehrstühlen, zu halten und sich daran zu messen. Nachdem es in den fünfziger Jahren nur geringes wissenschaftliches Interesse an empirischen Studien zum Wahlverhalten gegeben hatte, begann sich in den sechziger Jahren ein größeres empirisch-wissenschaftliches Interesse daran zu formieren. Noch 1957 hatten die Meinungsforscher zusammen mit DIVO und ihrer Studie Neuland betreten, aber auch 1961 war Wahlforschung noch neues Terrain, als die Kölner Wahlstudie, die bis heute als Startpunkt der Wahlforschung in Deutschland gilt, durchgeführt wurde.⁸

Auch auf internationaler Ebene versuchte Infas, den Kontakt zur universitären Forschung zu pflegen. Liepelt unternahm eine USA-Reise, um demoskopische Neuerungen und bessere Werbung beziehungsweise Öffentlichkeitsarbeit zu son-

⁴ Diese Liste wurde auf der Titelseite der veröffentlichten Berichte des Instituts abgedruckt.

⁵ Vgl. Entwurf von Lohmar zu dem Kreis am 5. 2. 1962, desweiteren zur Struktur, den Mitgliedern und der Ausrichtung vor und nach seiner Gründung 1963 in AdsD PV 6808; Vermerk Liepelts über seinen Expertenkreis an Wehner, Brandt, Nau, Erler am 20. 1. 1964 (Antwort auf Brief Lohmars am 4. 1. 1964), Notiz von Bortfeldt an Brandt über eine gemeinsame Tagung der Kreise am 21. 1. 1964, Notizen über die Tagung in Bergneustadt im März 1964, Planungen für eine weitergehende internationale Tagung, AdsD PV 6808; aus Lohmars Gesprächskreis ging eine Veröffentlichung zur Bundestagswahl 1965 hervor: U. LOHMAR (Hrsg.), Deutschland 1975, 1965.

⁶ Daraus ging hervor: K. LIEPELT/A. MITSCHERLICH (Hrsg.), Thesen zur Wählerfluktuation, 1968. Vgl. für das Modell Kap. 3.5.c.

⁷ Vgl. dafür Tagungsankündigung und Programm in AdsD 2/PVAR000040.

⁸ Vgl. zur universitären Entwicklung der Wahlforschung Kap. 1.2, S. 55; für Kölner Studie vgl. E. K. SCHEUCH/R. WILDENMANN (Hrsg.), Soziologie der Wahl, 1965.

dieren.⁹ Hier gab es durch die früheren Auslandsaufenthalte eine enge Zusammenarbeit mit der University of Michigan, wie sie sich auch zehn Jahre später ähnlich für das SFK darstellte. Das Survey Research Center in Michigan war und blieb zentrale Einrichtung und Vorbild für deutsche Wahlforscher. Ein Doktorand aus Michigan verfertigte bei Infas seine Dissertation über die NPD, die 1970 erschien; außerdem konnte Infas für größere Berechnungen den Großrechner des Survey Research Center nutzen.¹⁰

Das Institut stellte die ab 1961 selbstständig aufgebaute Interviewerorganisation den Hochschulinstituten zur Verfügung.¹¹ Diese freimütige Geste bezweckte nicht nur, die Kontakte über den Beirat und die damit verbundenen Veranstaltungen zu erweitern, sondern sich auf gleicher Ebene zu begegnen und durch die Nutzung universitärer Institute davon selber zu profitieren. Zudem suchte Infas die Profilierung durch eigene Forschungsbemühungen.¹² Insbesondere auf dem Feld der Wahlforschung spezialisierte es sich als einziges Institut der Republik auf die Verknüpfung von Statistik und Umfragen und trieb eine Computerisierung der Wahlforschung voran. Letztlich verhalf ihnen die Verbindung der universitären Forschung mit der Organisation als kommerzielles Institut zu einem Auftrag der ARD: Infas präsentierte am Wahlabend 1965 zum ersten Mal eine computergestützte Hochrechnung aus den eingehenden Einzelergebnissen.¹³ Auf diese Weise konnte sich das Institut auf dem wissenschaftlichen Feld positionieren, aber zugleich auch in der politischen wie medialen Sphäre aktiv sein, ohne Anerkennung in einem der Bereiche einzubüßen.

Es gelang Infas, sich mit Hilfe der Strategie einer wissenschaftlichen Ausrichtung in der Regional- und Städteforschung sowie den damit verbundenen Themen Verkehr/Mobilität, Gesundheit und Wohnen nach dem Vorbild einer sich in den fünfziger Jahren ausbreitenden Stadt- und Gemeindeforschung allmählich einen neu entstehenden Markt zu erschließen. Städte und Bundesländer erwiesen sich daneben als lukrativer Markt der ebenfalls neu entstehenden wissenschaftlichen Politikberatung.¹⁴ Für Infas zeigte sich der über die Kommunalwahlberatungen hergestellte Kontakt zum deutschen Städtetag als sehr hilfreich. Für ihn übernahm es die Unter-

⁹ Vgl. die Briefe Erlers wegen möglicher Termine Liepeltts mit verschiedenen Wissenschaftlern und Journalisten (u. a. an Walter Lippmann, Klaus Knorr, Shepard Stone) in den USA im September 1964, AdsD NL Erler 157.

¹⁰ Vgl. J. NAGLE, National Democratic Party, 1970. Diese Umfragedaten wie auch andere wurden von Infas an das Survey Research Center in Michigan weitergegeben, Auskunft von Wolfgang Hartenstein (Interview am 13. 11. 2001).

¹¹ Vgl. Selbstdarstellung der Tätigkeit 1963–1965 in der »Infas-Wahlanalyse 1965«, S. 2, AdsD NL Erler 97.

¹² Es folgten bald darauf erste Publikationen in Fachzeitschriften: W. HARTENSTEIN/K. LIEPELT, Party Members, 1962.

¹³ Vgl. für die Verbindung der Perspektiven als Vorsprung gegenüber anderen Instituten: Selbstdarstellungsteil in der »Infas-Wahlanalyse 1965«, S. 2 ff. AdsD NL Erler 97; mehr zur medialen Präsenz während der Bundestagswahl 1965 in Kap. 5.2.b, S. 468 ff.

¹⁴ Diese Art der Politikberatung, bezogen auf »kleinere« Verwaltungseinheiten oder Themen (mit Ausnahme der Wirtschaftswissenschaft) kommt erst langsam in den Blick der historischen For-

suchungsreihe »Die City in der Stadtregion«, die in mehreren Städten lief.¹⁵ Daraus entwickelten sich weitere Aufträge aus einzelnen Städten.

Das Aufgabenspektrum des Instituts deckte sich fast vollständig mit dem zentralen Themenbereich der SPD, den aus dem Gemeinsamkeitskurs seit 1960 hervorgegangenen »Gemeinschaftsaufgaben«.¹⁶ Die darin angesprochenen allgemeinen innenpolitisch ausgerichteten Fragestellungen der Sozialpolitik wurden im Laufe der sechziger Jahre zum Kern sozialdemokratischer Politik. Die Bündelung strukturpolitischer Themen wie Gesundheit, Mobilität/Verkehr, Bildung, Wohnen und Städtebau wurde von Infas demoskopisch auf die Kommunizierbarkeit gegenüber den Wählern untersucht; gleichzeitig standen die Mitarbeiter des Instituts als inhaltliche Experten des Themas zur Verfügung. Beispielsweise trugen die verantwortlichen Mitarbeiter 1962 zu den unterschiedlichen Aufgabenbereichen des groß angelegten Kongresses »deutsche Gemeinschaftsaufgaben«, auf dem diese Aufgabenfelder diskutiert werden sollten, ebenso wie zu seiner öffentlichkeitswirksamen Auswertung bei.¹⁷ Dazu erwies sich auch die interne Arbeitsaufteilung bei Infas als sinnvoll. Klaus Liepelt übernahm die Präsentation und Kommunikation nach außen, während Wolfgang Hartenstein im Hintergrund Aufgaben bearbeitete und sich auf die außerpolitischen Aufträge konzentrierte. Er entwickelte sich zum Experten der regionalsoziologischen Sparte, die sich hauptsächlich mit der Raum- und Stadtforschung beschäftigte, und übernahm bei den Vorbereitungen des Kongresses 1962 die Betreuung der Arbeitsgruppe »Urbanismus« (Stadtplanung).

Als sich Infas als Unternehmung Anfang der sechziger Jahre gefestigt hatte, begann es, seine Öffentlichkeitsarbeit und die eigene Arbeit neu zu gewichten. Es gründete 1962 eine »Publikationsabteilung«. Erst durch diese Abteilung, die Infas gegen den anfänglichen Widerstand Alfred Naus durchsetzte, wurde die Beratung zu einer eigenständigen Dienstleistung – nicht zuletzt diente sie dazu, bei den außerpolitischen Aufträgen die Beratungsleistungen finanziell einfacher bilanzieren zu können.¹⁸ Mit den daraus hervorgehenden Informationsdiensten konnte Infas nun zu anderen Meinungsforschungsinstituten wie Emnid, DIVO und IfD aufschließen, die bereits seit den fünfziger Jahren Pressedienste herausgaben. Für die

schung: Vgl. G. METZLER, *Am Ende aller Krisen?*, 2002; S. MECKING, *Kommunale Gebietsreform(en)*, 2004.

¹⁵ Die Studie lief 1963 an und brachte 180 000 DM ein. Vgl. Vorschlag zur Untersuchung, Protokoll zu einem Gespräch mit Vertretern des Städtetages, Juni 1962, AdSD PV 2570; vgl. dafür insgesamt den Punkt »regionalsoziologische Analysen« in Tabelle 4, S. 245.

¹⁶ Vgl. für die Rolle der Gemeinschaftsaufgaben B. W. BOUVIER, *Zwischen Godesberg und Großer Koalition*, 1991, S. 164–178.

¹⁷ Als Ergebnis wurde eine Broschüre zum Kongress empfohlen, AdSD PV 0709. Es kam eine mehrbändige Dokumentation dabei heraus: SPD-Parteivorstand (Hrsg.), *Deutsche Gemeinschaftsaufgaben*, 1962/63 (5 Bde.). Insgesamt vgl. für die Ausrichtung der politischen Aufgabenfelder Kap. 4.2.c.

¹⁸ Vgl. Vermerk Liepelts an Ollenhauer (u.a.) zu einer Besprechung am 14. 5. 1962, Brief Schuberts an Nau am 4. 7. 1962 zur Klärung der Aufgaben der Abteilung, AdSD 2/PVAH000042; Brief Infas an Ollenhauer am 20. 6. 1962, AdSD 2/EOAA000265.

Presse wurde der regelmäßig (vierzehntägig) erscheinende *Infas-Report* geschaffen. Dieser Pressedienst bot mit ein paar anhängenden Tabellen Erklärungen zu politischen Meinungen und Verhalten an, u. a. zu Wahlergebnissen auf den verschiedenen parlamentarischen Ebenen. Daneben wurde ein zweiter Informationsdienst, das *Politogramm*, herausgegeben, das in einer doppelten Version erschien: Eine Version entstand für die Presse und ergänzte den Report mit Berichten über neueste Umfragen, die andere Version wurde in einer kleineren Auflage für SPD-Funktionäre erstellt.¹⁹ Diese interne Version des *Politogramms* wurde vom Parteivorstand finanziert und war dazu gedacht, ausführlichere Informationen und Argumentationsstrategien Funktionären der mittleren und oberen Ebene vertraulich zukommen zu lassen.²⁰ Mit dem *Politogramm* wurde die Möglichkeit geschaffen, den Funktioniärskörper mit einer einheitlichen Interpretation politischer Entwicklungen vierteljährlich zu versorgen und gleichzeitig die Kenntnisse in soziologischer/sozialstruktureller Hinsicht zu vertiefen. Dieses *Politogramm* wurde ab Dezember 1963, passend zu den verstärkten Bemühungen um den Wahlkampf 1965, herausgegeben; das öffentliche *Politogramm* erschien ab 1966 vierzehntägig.

Das Institut begann, sich mit Hilfe der Pressedienste stärker um die Plazierung der Umfrageergebnisse in den Medien zu kümmern. So konnte Infas ab 1966 die Pressearbeit der SPD unterstützen, indem es in seinem *Politogramm* Zahlen als unabhängiges Institut und damit von einem objektiven Beobachtungsort ausgehend präsentierte. Dies funktionierte nicht immer im Sinne der SPD, da aufgrund der schnellen Herausgabe und der Formulierung der Berichte Mißverständnisse entstanden. Die Partei überließ zudem die Veröffentlichung ihrer Daten nicht vollständig Infas, sondern nutzte sie – wie auch die Daten von Emnid, die sie über den Pressedienst bezog – regelmäßig für ihre eigene Pressearbeit. Es wuchs die Erkenntnis heran, daß die in den Medien immer präsenter werdende Meinungsforschung von Seiten des Institute wie auch durch die SPD stärker beobachtet und selbst positioniert werden mußte.

Die Verstärkung der öffentlichkeitswirksamen Präsentation hatte den Erwerb eines Computers 1963 zur Voraussetzung. Eine schnellere und höhere Datenproduktion ermöglichte erst die Herstellung der unterschiedlichen Umfrageberichte und ihre Verarbeitung in die Informationsdienste. Um die schnelleren Bearbeitungsmöglichkeiten zu nutzen, wurden Blitzbefragungen eine herkömmliche Methode, obwohl Infas die telefonische Befragung zunächst als unzuverlässig und nicht repräsentativ ablehnte und die Befragungen mit dem Interviewerstab zu beschleunigen versuchte.

Eine weitere Veränderung ging mit dem Ausbau der Werbemittelforschung bei Infas einher. Sie wurde erstmals im Wahlkampf 1961 eingesetzt. Die Untersuchun-

¹⁹ Zu erkennen waren diese unterschiedlichen Ausgaben an ihrem Umschlag, der in der Presseversion schwarz-rot-gold eingebunden war, während der interne Bericht einfach grau war. Vgl. Erläuterung von Liepelt als Beilage zur ersten doppelten Ausgabe Juni 1966, in ZASS II, DW 2-1 i 4, Ordner 1. Für Verhandlungen über das interne *Politogramm* vgl. Brief an Nau Juli 1966, AdSD PV 2558.

²⁰ Vgl. Brief zur ersten Ausgabe des *Politogramm* am 7. 12. 1963, z. B. in AdSD PV 0777.

gen zur Überprüfung der Werbemittel wurden systematisch ab 1962 auf die Landtagswahlen transferiert und als Standard etabliert.²¹ Die zusammenfassenden Ergebnisse dieser Nachwahlbefragungen lagen Anfang 1963 vor. Der Bericht beurteilte systematisch die Werbung in verschiedenen Medien, die Plakate und die Wahlsondungen im Fernsehen und im Radio. Es ging dabei um Wirkung im weitesten Sinne: ob und an was sich die Personen erinnerten und wie sie dies Erinnertere bewerteten. In der Zusammenfassung der Ergebnisse wurde festgehalten, daß sich die Werbemittelsituation zu 1961 bereits verbessert habe, man aber das Fernsehen besser im Auge behalten müsse, da die Wahlwerbesendung im TV zum wichtigsten Werbemittel aufstiege, da bereits jeder dritte Wähler darüber zu erreichen sei.²² Daraus wurde aber nicht der vielleicht zu erwartende Schluß gezogen, das Fernsehen nun stärker zu beobachten, sondern das Institut begann, die Medien selber zu bearbeiten. Dies ging über einen verbesserten Informationsdienst hinaus. Günter Schubert konzentrierte sich auf die ›kreative‹ Umsetzung bei Infas und übernahm die konkrete Beratung zur Werbung und der Public Relations. Er produzierte neben der Entwicklung und Betreuung der Publikationsabteilung und der Beratungsarbeit selbst Filme und bemühte sich, Beiträge in den politischen Magazinen der ARD zu plazieren.²³ Diese Aufgaben wurden aber bald so umfangreich, daß er sich mit einer Filmproduktionsfirma 1963 in Hamburg selbstständig machte und bei Infas ausschied.²⁴ Das Ausscheiden des Mitbegründers bedeutete jedoch nicht das Ende des PR- und Marketingbereichs.

Anfang der sechziger Jahre engagierte sich Infas für die Etablierung einer eigenen Werbefirma der SPD, als sich 1962 mittels der Sozialistischen Internationalen Kenntnisse Werbung der Sozialdemokraten in Schweden ergaben. Günter Schubert reiste zur Kontaktaufnahme für die Parteiführung nach Schweden.²⁵ Die schwedische Arbeiterpartei führte gemeinsam mit der Gewerkschaft eine Werbeagentur namens ARE-bolagen, die nach einigen Sondierungsgesprächen zwischen dem Parteivorstand, unterstützt von Infas und Vertretern der Agentur, modellweise in die Bundesrepublik transferiert werden sollte. Nach Überlegungen von Heine und Weh-

²¹ Vgl. Brief Liepelt an PV (Wehner, Ollenhauer, Nau) am 17.5.1962, AdsD PV 2570.

²² Vgl. »Tests der Werbemittel in den Landtagswahlen«, fertiggestellt am 18.3.1962, AdsD NL von Knoeringen 489.

²³ Er arbeitete dort mit Klaus Bresser zusammen, bevor er später zum ZDF wechselte. Vgl. für eine seiner Bemühungen um einen Beitrag in *Panorama* den Brief Schuberts an Nau am 19.6.1962, AdsD 2/PVAH000042; vgl. für die Übersicht über die gesamte Filmarbeit bei Infas 1962 (Kosten), AdsD PV 2570.

²⁴ Diese Abtrennung der Filmarbeit von Infas geschah 1963 nach dem selben Muster wie die Unternehmensgründung des Instituts. Vgl. Vorschlag Schuberts an Ollenhauer, Brandt, Wehner und Nau am 5.9.1963, »Überlegungen zur künftigen Filmarbeit der SPD«, AdsD PV 6921. Vgl. Hinweis Liepelts auf seine Arbeitsbelastung in einem Brief an Wehner am 3.4.1962, AdsD PV 2570; über das Ausscheiden vgl. Brief Liepelts an Harold Hurwitz am 11.11.1963, AdsD PV 6832.

²⁵ Vgl. Brief Schubert an Ollenhauer am 8.5.1962, Aktennotiz von Schubert, AdsD 2/PVAH000042.

ner zur »Zusammenarbeit Stockholm – Bonn«²⁶ sollte bei einer deutschen Gründung des Unternehmens die schwedische Mutterfirma 40 Prozent erhalten und der Parteivorstand 60 Prozent. Grund für diesen Transfer war das Problem des Parteivorstandes, eine geeignete Werbefirma für den Wahlkampf 1965 zu finden. Karl Garbe, Leiter des Werberessorts, hatte sich bei Erler über die Naivität der Werbefirmen beschwert und setzte nun auf eine Klärung durch die »Schwedenreise« 1963.²⁷ Dabei war geplant, die Firma – ähnlich wie bei Infas – nach außen hin als eigenständiges Unternehmen mit einem Gesellschaftskapital von 100 000 DM auftreten zu lassen. Währenddessen wollte und sollte sich Infas, das Vorarbeit geleistet und die Verhandlungen begleitet hatte, einen Teil der Werbeforschung – die experimentelle Reklameforschung – einverleiben, da Infas seine Chance sah, sich stärker im Markt der Werbemitteltests profilieren zu können. ARE-bolagen hatte in seiner Werbeforschung ein Testverfahren für Bilder (Blickverlaufsforschung) entwickelt, mit dem Infas sich nun versprach, einen generellen Vorsprung gegenüber anderen Instituten in der Marktforschung und der politischen Meinungsforschung zu verschaffen. Allerdings verzögerte sich die Entwicklung durch rechtliche Probleme, so daß die Bemühungen letztlich im Sande verliefen.²⁸ In der Zusammenarbeit kam für Infas am Ende ein Wissenstransfer heraus, der durch einen personellen Austausch einzelner Mitarbeiter zwischen ARE und Infas gewährleistet wurde. Darüber hinaus trat der Leiter der schwedischen Reklameforschung (Ake Edfeldt) in den wissenschaftlichen Beirat ein.²⁹ Insgesamt ergaben sich aber Probleme mit dem Projekt. Wehner beschwerte sich 1965 bei Nau über die Unfähigkeit der Firma, da dadurch die Werbeforschung bei Infas auch finanziell belastet wurde. 1966 schließlich forderte das Institut Konsequenzen.³⁰ Im Wahlkampf 1965 übernahm ARE noch keine Aufgabe. Erst im darauf folgenden Wahlkampf entwickelte sich das Unternehmen wie gewünscht, als ein ehemaliger Mitarbeiter der Werbefirma Eggert die Firma wieder belebte.³¹

Die Ausweitung der Tätigkeit von Infas in Richtung Medienarbeit und -beobachtung schlug sich auch in dem von Liepelt und Säger für die SPD herausgebrachten Handbuch zum Wahlkampf nieder, in dem die gesamte Öffentlichkeitsarbeit der

²⁶ Titel des Memorandums Fritz Heines. Vgl. Briefwechsel Heine/Wehner/Liepelt dazu im Mai 1963, AdsD PV 2558.

²⁷ Vgl. Brief Garbe an Erler am 29. 4. 1963, AdsD NL Erler 67.

²⁸ So war bereits ein Verfahren zum Testen des Blickverlaufs patentiert. Die Weiterentwicklung dauerte zwei Jahre, bis überhaupt erste Bilder getestet werden konnten. Vgl. Vermerk Liepelts an Wehner u. a. am 18. 10. 1963, 16. 9. 1964, 10. 1. 1965, AdsD PV 2558.

²⁹ Vgl. für die Entwicklung der Zusammenarbeit Briefe von Liepelt an Wehner am 10. 7. 1963, ebd.; verschiedene Protokolle über ein Treffen in Stockholm am 30./31. 7. 1963, Protokoll einer weiteren Besprechung in Deutschland am 26. 8. 1963, Memorandum von Liepelt zur experimentellen Reklameforschung sowie Brief mit Kostenplan an ARE in Stockholm am 23. 8. 1963, AdsD 2/PVAH000043.

³⁰ Vgl. Brief Wehners an Nau am 18. 12. 1965, AdsD NL Erler 63; Brief Infas an Ernst Nilsson (ARE, Schweden), Wehner am 20. 10. 1966, AdsD PV 2558.

³¹ Vgl. für die Geschichte der ARE, insbesondere in ihrer Bindung an Harry Walter: B. GRÜNBERG/H. MAESSEN (Hrsg.), 60 Jahre Harry Walter, 1989.

SPD mit ihren Grundlagen und Ausführungen für den Wahlkampf geschildert wurden.³² Infas untersuchte für den Wahlkampf 1965 Presseerzeugnisse auf ihre Eignung für bestimmte Werbungen, so daß zum ersten Mal die Anzeigen nach Lesertypen entwickelt wurde. Da die Untersuchungen ergaben, daß Illustrierte ein besonders wirksames Werbeinstrument für Familien war, wurde erstmals eine Illustrierte als Werbemittel eingesetzt – dies hatte die CDU allerdings bereits in den frühen fünfziger Jahren erkannt.³³ Doch blieb es bei der Auffassung, daß Medien in der Kommunikation hauptsächlich eine vermittelnde Rolle spielten. Die Ausweitung des Arbeitsspektrums beruhte dabei nicht nur auf eigenständig entwickelten Ideen, sondern entstand auch als defensive Strategie gegenüber möglichen Konkurrenten, die bereits im Wahlkampf 1961 aufgetaucht waren.

Trotz der Bemühungen von Infas um ein möglichst breites Arbeitsspektrum und ein Deutungsmonopol beim Parteivorstand erwuchs bereits im Wahlkampf 1961 in dem Münchener Unternehmen Infratest ein innerparteilich agierender Konkurrent. Es war mit der Beobachtung der Medien besser vertraut, denn die Beobachtung der Medien und ihrer Zuschauer stellte die zentrale Dienstleistung des als »Hörerforschung Ernst« gestarteten Unternehmens dar. Als Vermittler agierte der 1959 von Ford zu Infratest gewechselte Geschäftsführer Klaus von Dohnanyi.³⁴ Er pflegte den Kontakt zu Willy Brandt und dessen Beraterkreis, wies auf bestimmte Sachverhalte zur Werbung hin und gab ungefragt Beratungstips. Mit Angeboten für Umfragen trug er ebenso wie durch die kostenlose Zustellung von Umfrageberichten über die Fernsehauftritte einzelner Politiker dazu bei, das Institut in der Führungsspitze der SPD bekannt zu machen.³⁵ Diese verschiedenen Kontakte beunruhigten Infas: »Wir waren uns ja immer darin einig, daß der Parteivorstand nicht so sehr an den Wahlkampfbeobachtungen des Herrn von Dohnanyi interessiert ist.«³⁶ Sie schalte-

³² Vgl. F. SÄNGER/K. LIEPELT, *Das Wahlhandbuch*, 1965.

³³ Vgl. das Teilkapitel 4.2.b zu Zielgruppen (Frauen), S. 365; Ausführungen Garbes für ein Untersuchungs- und Werbeprogramm 1963, AdsD 2/PVAR000021; für verschiedene Planungen zur Untersuchung von Zeitungen und Zeitschriften für Inserate im Wahlkampf 1965 vgl. AdsD PV 01036; Brief Garbes an die Zentrale Wahlkampfleitung am 20.7.1965, AdsD PV 0729.

³⁴ Er war ursprünglich mit der Aufgabe betraut worden, die Markt- und Konsumforschung im Bereich der Autohersteller für Infratest zu öffnen. Diese Vorgehensweise, gezielt einen neuen Bereich zu erschließen, stellte ein Novum in der Marketingforschung dar. von Dohnanyi blieb bis zu seinem Eintritt in die Bundesregierung Mitgesellschafter von Infratest. Vgl. K. BACHERER, *Infratest*, 1987, Anhang (Einträge Handelsregister).

³⁵ Vgl. beispielsweise seine Hinweise auf ein mögliches politisches Werbeverhalten der SPD nach dem Mauerbau an Brandt am 30.8.1961, AdsD, WBA, Berlin 35; er legte auch Überlegungen zum Wahlkampf 1965 vor: »Klaus von Dohnanyi: Überlegungen zum WK 1965, 26.06.64«, AdsD PV 6921. Vgl. u. a. Korrespondenz über eine von von Dohnanyi zugestellte Studie (»Das Bild der Bundesrepublik im Ausland«), die Erlers Ende 1960 herumreichte, und die Untersuchung über Erlers Auftritt in der Fernsehsendung »Unter uns gesagt«, AdsD 2/PVAR000012. Karl Anders erhielt verschiedene Berichte von Infratest: u. a. Bericht März 1961, »Der ideale Bundeskanzler. Die westdeutsche Bevölkerung beurteilt ihre führenden Politiker«, AdsD NL Anders 3; »Sagen Sie uns Ihre Meinung!«, eine im Auftrag des Bayerischen Rundfunks erfolgte Untersuchung zu wirtschaftspolitischen Fragen, aus der dann eine Fernseh- und drei Radiosendungen gemacht wurden, AdsD NL Anders 6.

³⁶ Brief Infas an Karl Anders, Kopie an Nau, am 4. II. 1960, AdsD PV 0860.

ten den Parteivorstand in der Person von Alfred Nau ein, um die Handlungsagenda in Bezug auf Infratest an sich zu ziehen und das weitere Vorgehen der SPD entsprechend zu lenken. Dies störte jedoch die übrigen Mitglieder des in Berlin agierenden »Arbeitskreises Willy Brandt« nicht, an dem schließlich sowohl Vertreter von Infas wie von Infratest (mittelbar) teilnahmen, in der Begleitung des Wahlkampfes 1961. Im Gegenteil, der Kreis lud von Dohnanyi und Ernst zu Überlegungen über Untersuchungen ein.³⁷ Daraufhin richtete sich Infas im Sommer 1961 stärker nach den Interessen des Berliner Kreises aus und bot die Untersuchung an, die eigentlich Infratest vorgeschlagen hatte.³⁸ Infas konnte damit aber nicht verhindern, daß andere einzelne Aufträge wie die Untersuchung über Wahlsendungen der SPD an Infratest gingen, indem es beispielsweise Untersuchungen zu einer Wahlsendung anbot, die bereits gesendet worden war. Auf diese Weise war die Konkurrenz außerstande, ein Alternativangebot zu unterbreiten.³⁹ Daß diese Umfragen für den Parteivorstand interessant waren, wird daran erkennbar, daß sich einzelne Mitarbeiter des Parteivorstandes um die Auswertung älterer Umfragen von Infratest zur Indienstnahme dieser Kenntnisse für die Produktion neuer Spots bemühten.⁴⁰ Dies wiederum sorgte bei Infas für nachhaltige Verstimmung, zumal von Dohnanyi darauf bestand, bestimmte Untersuchungsergebnisse von Infas zu nutzen, um vorgeblich das Material für den Arbeitskreis zur Diskussion zu erhalten.⁴¹ Infas befürchtete, daß von Dohnanyi dies für eigene Angebote an die SPD nutzen könnte, und verweigerte zunächst die Herausgabe von Berichten, bis es durch den Parteivorstand dazu aufgefordert wurde.⁴² So erzeugte diese Konkurrenz eine auch im Parteivorstand als negativ wahrgenommene Arbeitshaltung zur Wahlkampfarbeit.⁴³ Durch Infas' Interventionen wurde 1961 eine Absprache zwischen dem Institut und dem Parteivorstand getroffen, nach der die Einbeziehung weiterer Institute durch Infas geprüft und ausgehandelt wür-

³⁷ So übernahm der Arbeitskreis bzw. Steltzer von Dohnanyis Idee zur Wahlsendung »Der Wähler ist besser als sein Ruf«, die auf demoskopischen Befunden beruhte. Als dazu nichts geschah, wurde Rüdiger Proske darauf angeschrieben, doch die Sendung kam nie zustande. Vgl. Notizen darüber und Vorschläge von Steltzer an Bahr Januar bis Juni 1961, AdsD 2/PVAR000012; Steltzer an Proske am 8. 5. 1961, AdsD 2/PVAR000013; Vorschlag vom 7. 6. 1961, AdsD 2/PVAR000011.

³⁸ Vgl. die Protokolle und Notizen zur kurzfristig eingesetzten Untersuchung über die Wirksamkeit des bisherigen Wahlkampfes, die Resonanz einzelner Programmpunkte und über mögliche Themen der heißen Wahlkampfphase sowie einer Nachwahluntersuchung, AdsD 2/PVAR000011; vgl. dazu auch die Ausführungen in Kap. 3.2.b, S. 218.

³⁹ Vgl. für den gesamten Vorgang Brief Dohnanyis an Warner, Bahr und Sänger am 22. 8. 1961, AdsD NL Anders 3; für Beschwerde von Infas vgl. Brief an Sänger am 28. 8. 1961, nachdem dieser Brief vom 11. 08. an Infas weitergeleitet worden war, AdsD PV 0860. Für die Untersuchungen von Infratest vgl. »Die Parteien haben das Wort.«, 21. 8. 1961, AdsD NL Anders 6; Bericht vom 15. 9. 1961 über 16 Sendungen der CDU und elf Sendungen der SPD, AdsD NL Anders 3.

⁴⁰ Vgl. den Vermerk von Warner an Anders, Bahr und Sänger am 19. 6. 1961, AdsD NL Anders 3.

⁴¹ Vgl. Vermerk von Steltzer an Bahr am 18. 5. 1961, AdsD 2/PVAR000012.

⁴² Vgl. Brief Sänger an Infas am 28. 7. 1961 und Vermerk Steltzers am 9. 8. 1961 über den Bericht von Infas, ebd.

⁴³ Vgl. Briefwechsel Sänger/Nau über Infas vom September 1961, den Nau am 22. 9. 1961 an Ollenhauer und Wehner weiterreichte, AdsD 2/PVAH000041.

de.⁴⁴ Mit dieser Vereinbarung nahm sich der Parteivorstand symbolisch das Entscheidungsrecht über die Vertragsvergabe an andere Institute, de facto handelte es sich jedoch nicht um ein justiziables Schriftstück. Die Vereinbarung stellte eher eine beruhigende Vertrauenserklärung dar, denn in einem internen Vermerk hieß es, daß von Dohnanyi Mitarbeiter in der von Brandt beim Parteivorstand einzurichtenden Planungsgruppe hochwillkommen sei, obwohl die Zusammenarbeit »wegen gewisser Spannungen zwischen den Godesbergern und Dohnanyi [als] nicht ganz einfach« eingeschätzt werde.⁴⁵ Diese Spannungen eskalierten im Rahmen einer 1963 eingerichteten Wahlrechtskommission unter der Leitung von Horst Ehmke, an der Infas nur indirekt über den nun ehemaligen Mitarbeiter Günter Schubert vertreten war.⁴⁶ Klaus von Dohnanyi, Mitglied in der Kommission, versuchte in ihrem Namen, über Mitarbeiter des Parteivorstandes an Umfragebefunde von Infas zu gelangen.⁴⁷ Infas wehrte sich gegen diese Anfrage mit dem Hinweis auf Betriebsgeheimnisse und wahlstrategische Unterlagen, die durch die Weitergabe offen gelegt würden. Das Institut zeigte sich zudem empört über die gerüchteweise weitergetragene Ankündigung von Dohnanyi, Infas innerparteilich Konkurrenz zu machen.

Die Institute trugen ihren Konkurrenzkampf zu Beginn der sechziger Jahre auf dem Feld der Öffentlichen Auftraggeber der Hörer-/Zuschauerforschung und auf dem Feld der politischen Meinungsforschung in Berlin aus. Berlin war von besonderem demoskopischen Interesse für die Institute, da sie aufgrund ihrer Lage als »Frontstadt« besonders beobachtet wurde. Zudem stand die SPD dort mit ihrem Vorsitzenden und zukünftigen Kanzlerkandidaten an der Spitze der Regierung. Nachdem die Berliner Senatskanzlei Aufträge nicht nur an Infas, sondern auch an Infratest vergab, entbrannte ein heftiger Kampf um die Demoskopie der Senatskanzlei.⁴⁸ Infas versuchte, die Auseinandersetzung für sich zu entscheiden, indem es die Frage des Verhaltens von Klaus von Dohnanyi und die Aufträge in Berlin zu einer prinzipiellen Angelegenheit des Instituts erklärte. Dank der mit dem Parteivorstand getroffenen Verabredungen zu Strukturanalysen und den Trendbeobachtungen konnte sich Infas bei dem Berliner Senat durchsetzen. Darüber wurde die ursprünglich von Harold Hurwitz, den Brandt 1960 als demoskopischen »Beauftragten« für Demoskopie in die Senatskanzlei geholt hatte⁴⁹, entworfene, langfristige Trend-

⁴⁴ Protokoll des Gesprächs (Sänger) am 11. 5. 1961, AdsD PV 0860.

⁴⁵ Vermerk Brandts an Bortfeldt am 7. 7. 1962, AdsD 2/PVAR000001. Die Quelle ist auch veröffentlicht worden: Quelle Nr. 43, W. BRANDT, Auf dem Weg, 2000, S. 278 ff.

⁴⁶ Vgl. zur Einsetzung der Wahlrechtskommission und ihrer Aufgabe Sitzung des Präsidiums am 7. 1. 1963, 6. 5. 1963; Offiziell eingesetzt wurde sie vom PV am 24. 5. 1963.

⁴⁷ Vgl. Brief Bortfeldt an Schubert am 19. 9. 1963, AdsD 2/PVAR000022.

⁴⁸ So ging zum Beispiel eine Umfrage zu westdeutschen Berlin-Reisenden 1962 an Infratest, aber auch Infas erhielt ab 1964 Umfragen zur Passierscheinfrage. Vgl. Korrespondenz und Unterlagen zu der Studie April–Oktober 1962, LAB B 002–4077; Brief Harold Hurwitz, zu der Zeit demoskopischer Berater der Senatskanzlei, an Bahr am 9. 3. 1962, LAB B 002–5292.

⁴⁹ Er hatte 1956 das Material für Brandts Reuter-Biographie zusammengestellt, war 1958 an der DIVO-Umfrage beteiligt und für den Wahlkampf 1961 auch in die USA gereist, um dort Gespräche zu führen und das Bild Brandts in den USA während dessen Reise dorthin zu eruieren. Er unternahm

beobachtung unter dem Titel *Berlin-Barometer* abgewickelt, zu der weitere Umfragen hinzukamen.⁵⁰ 1964 gelang es Infas, Infratest einen großen (Dauer-) Hörerforschungsauftrag des NDR abzunehmen; daneben bemühte es sich um Aufträge der Senatskanzlei in Berlin und dem im Berlin ansässigen Bundesministerium für Gesamtdeutsche Fragen, das den Vertrag zu Infratest gerade zwei Jahre zuvor (nach dem Mauerbau) gekündigt hatte, angeblich aufgrund der Unzufriedenheit mit der Arbeit von Infratest.⁵¹ Von 1964 bis 1967 unterhielt Infas sogar unter der Leitung von Hurwitz ein eigenes kleines Büro in Berlin. Die Verträge änderten aber nichts daran, daß Infratest ab 1964 Brandt für die Vorbereitung des Wahlkampfes beriet und einzelne Aufträge erhielt.⁵² Ausarbeitungen von Infratest wurden auch als Grundlage der Werbekampagne für Brandt, von Berlin ausgehend, im Sommer 1965 benutzt.⁵³ Damit wurden die demoskopischen Unterlagen allerorten im Wahlkampf verwendet, und Infas war gezwungen, Infratest zu akzeptieren.

Auf diese Weise hatte sich Infas mit seiner Strategie der (internationalen) Wissenschaftlichkeit und der Verbindung zu öffentlichen Auftraggebern Reputation und eine eigenständige Existenz geschaffen, dabei aber auch Bedürfnisse der SPD beachtet. Diese wollte neben exakten Daten, daran anknüpfenden Handlungsoptionen und einer weitgreifenden Beratung auch, daß das Institut eigenständig existieren und sogar der SPD Kosten ersparen könne. Dies gelang in den sechziger Jahren anscheinend vorzüglich. Und ganz nebenbei weiteten sich das Aufgabenspektrum des Instituts sowie seine Ausrichtung auf Fachöffentlichkeit und allgemeine Öffentlichkeit aus. Zu dieser Strategie sah sich Infas jedoch auch aufgrund der Konkurrenz zu Infratest gezwungen, das trotz aller Verknüpfungen zwischen SPD und Infas Aufträge erhielt und in den engeren Beratungskreis Brandts vorstieß.

ab 1960 eigene Auswertungen vorliegender Umfragen, unterstützte ihn im Wahlkampf 1961 und entwickelte ein eigenes Untersuchungsprogramm für Berlin, in dessen Mittelpunkt die »morale« (vgl. Kap. 1.1) der Bevölkerung gemäß der Situation als Frontstadt stehen sollte. Vgl. H. HURWITZ, *Mein Leben in Berlin*, 1999; Auswertungen finden sich zum großen Teil in LAB B 002–4077, Bd. 1 und 2, Vorschläge für Untersuchungen aufgrund der Beobachtung von Umfragen und der politischen Situation, Januar 1963, LAB B 002–4088, Bd. 1; AdsD PV 6832; Entwicklung seines dreiteiligen Programms zu den »Moraluntersuchungen« ab Oktober 1960, LAB B 002–4077, Bd. 2; Briefe über Reisezweck Hurwitz' und seine Berichte an Brandt in AdsD, WBA, Berlin 35, Nr. 36; AdsD 2/PVAR000012; Bericht vom 7. 8. 1961, AdsD 2/PVAR000012.

⁵⁰ Vgl. Brief Nau an Brandt am 1. 7. 1963, Vermerke und Korrespondenz zu der Frage der Auftragsvergabe zwischen Mai und September 1963, LAB B 002–7715; für den Mechanismus der Durchsetzung mit Hilfe des Schatzmeisters der SPD vgl. Briefe Liepelt an Bahr am 20. 4. 1964 und an Nau am 21. 4. 1964, AdsD 2/PVAR000038; Umfragen in LAB B 002–4088, Bd. 1.

⁵¹ Über die Auseinandersetzung, die verschiedenen Aufträge und das Konkurrenzverhalten von Infratest aus Sicht von Infas vgl. Brief Infas an Nau, Wehner und Allerdt am 25. 3. 1964 und Brief Liepelt an Nau am 21. 4. 1964, AdsD 2/PVAR000038.

⁵² Vgl. die »Aktionsempfehlungen« des »Publizistischen Arbeitskreises« am 12. 5. 1965, u. a. zu einer Umfrage durch Infratest über die Überzeugungskraft Brandts als Bundeskanzler, AdsD PV 6924; vgl. auch »Profile Brandt-Erhardt«, April 1965, AdsD PV 6924.

⁵³ Vgl. den aus der Agentur Thompson stammenden Vermerk vom 9. 7. 1965: »Kurzer Hinweis auf die Hintergründe der Entwicklung der Senats- bzw. Willy Brandt-Kampagne«, die mit einer Beratung durch Liepelt erfolgen sollte, dazu vgl. Brief Bahr an Wehner am 9. 7. 1965, AdsD PV 6924.

b) *Verwissenschaftlichung durch empirische Sozialforschung: Das Prinzip der regionalen Differenzierung 1962–1965*

Die SPD setzte nach 1961 ihren bis dahin eingeschlagenen Kurs der Verwissenschaftlichung fort. Die Untergliederungen wurden weiterhin mit soziologischen Vorträgen und Beratungen versorgt und daran anschließend die politische Kommunikation professionalisiert. Diese Vorgehensweise diente nicht zuletzt dazu, in die autonomen Strukturen der Landesverbände und Bezirke weiter einzubrechen und sie zu einem gemeinsamen Vorgehen nach Vorstellung der Parteiführung zu zwingen.⁵⁴ Dabei war ausgemacht, daß Infas eine zentrale Stellung darin einnehmen und die Vorbereitung auf den Bundestagswahlkampf übernehmen würde. Bereits zu Beginn des Jahres 1962 war dies zwischen Infas und dem Parteivorstand klargestellt worden.⁵⁵ Zu diesem Zweck beriet und koordinierte das Institut die Werbearbeit für alle Wahlkämpfe der SPD auf Landesebene zu Beginn der sechziger Jahre, wobei das Ziel hinter der Stärkung der einzelnen Regionen immer auf der Stimmenmaximierung zur Bundestagswahl 1965 ausgerichtet blieb.

Ab Dezember 1961 wurde in verschiedenen Zusammenkünften daran gearbeitet. Zunächst wurden Mitarbeiter der von Landtagswahlen 1962 betroffenen Untergliederungen (Bayern, Schleswig-Holstein, Hessen und Nordrhein-Westfalen) eingeladen, um über gemeinsame Vorbereitungen mit Leuten aus der Film- und Werbebranche sowie der Demoskopie zu beraten.⁵⁶ De facto wurden sie jedoch mit den Angeboten von Infas konfrontiert: Das Institut versuchte, den SPD-Untergliederungen soziologische Untersuchungen sowie Materialien wie regional zugeschnittene Tonbildserien zur internen Fortbildung bis hin zu Wahlfilmen zu vermitteln. Damit führte der Parteivorstand die mit Infas abgestimmte Strategie fort, die Landesverbände anlässlich ihrer Landtagswahlen (und später auch unabhängig davon) zu einer Sozialstrukturanalyse zu bewegen und sie an der Finanzierung der Untersuchungen zu beteiligen. Die Sozialstrukturanalyse wurde den Untergliederungen von Infas als Vorbereitung auf den Landtagswahlkampf angepriesen. Dazu zählte auch die Trendbeobachtung, die 1962 weiter betrieben werden und an der die Länder auch teilhaben sollten. Sie sollten mit Umfragen zu bevorstehenden Landtagswahlkämpfen gekoppelt werden.

Ein gutes Beispiel für diese Vorgehensweise bietet der Landesverband Bayern. Er zeigte sich offen für eine Beratung durch das Meinungsforschungsinstitut, da der Erfolg in München 1959 noch in guter Erinnerung war und Waldemar von Knoeringens ein solches Vorgehen ausdrücklich befürwortete. Der von Willy Brandt seit 1960 eingeforderte »neue Stil« der SPD, der eine neue Selbstdarstellung und partei-

⁵⁴ Vgl. auch die Hervorhebung dieser Bedeutung bei Garbe, »Werbliche Überlegungen der SPD-Wahlkampagne 1965«, April 1965, AdsD PV 6945. Zur wissenschaftlichen Politikberatung programmatisch ein paar Jahre später: U. LOHMAR, Wissenschaftsförderung und Politische Beratung, 1967.

⁵⁵ Vgl. Brief von Liepelt an Ollenhauer, Nau und Wehner am 19. 1. 1962, AdsD 2/PVAH000042.

⁵⁶ Vgl. hier und im folgenden den Bericht eines Bezirkssekretärs an von Knoeringen über das Treffen am 22. 12. 1961 in Bonn, AdsD NL von Knoeringen 495.

politische Handlungsweise der SPD mit den Gemeinschaftsaufgaben inhaltlich verband, sollte nach dem Willen der bayrischen SPD-Führung in der Landtagswahl in Bayern umgesetzt werden.⁵⁷ Nachdem Liepelt dem Landesvorstand die Möglichkeiten sozialstruktureller Untersuchungen dargelegt hatte, erhielt Infas den Auftrag für eine Umfrage, die sich mit dem geplanten Slogan »Mehr Gerechtigkeit« beschäftigte und deren Fragebogen zwischen Infas und der bayrischen SPD abgestimmt werden sollte. Außerdem wurde Infas mit der Herstellung einer regionalen Tonbildserie zur Sozialstruktur Bayerns beauftragt.⁵⁸ Im Gegenzug für eine von Knoeringen verhandelte finanzielle Unterstützung des Parteivorstandes wurde ihm dafür von der Parteizentrale (eher mittelbar) auch ins Konzept geredet und an den Wahlkampf-Vorstellungen der bayrischen SPD Kritik geübt, was wiederum zu Kritik führte, als das Ergebnis der Umfrage negativ ausfiel: »Vorher werden wissenschaftliche und psychologische Gutachten gemacht, nachher wird man in Bayern als Unmensch bezeichnet. Liepelt bestätigt das.«⁵⁹ So konstatierte sich ein Beratungsdreieck aus bayrischer Führungsriege, Parteivorstand und Infas, das sich mehr oder weniger informell austauschte und sich gegenseitig zu beeinflussen suchte: von Knoeringen berichtete direkt an den Parteivorstand und direkt an Ollenhauer, Infas ebenso an den Parteivorstand und der wiederum über Infas zurück an die Bayern-SPD.⁶⁰

Nach diesem Modell wurde in allen Landtagswahlen mehr oder weniger erfolgreich, je nach personeller Konstellation und Rahmenbedingungen, verfahren.⁶¹ Vor allem die Verbindung zwischen Infas und Herbert Wehner funktionierte weiterhin auf kürzestem Weg. Er wurde über alles unterrichtet. Die verschiedenen Verhandlungsoptionen bis hin zur eigenen Präsentation und die Ausgestaltung von Umfragen wurden mit ihm abgestimmt – jeder Fragebogen mußte zuerst von ihm freigegeben werden, bevor er eingesetzt werden durfte. Dies geschah in der Regel mündlich, aber ihm wurden auch Entwürfe in den Urlaub nach Schweden hinterher-

⁵⁷ Vgl. zur Verbindung B. W. BOUVIER, Zwischen Godesberg und Großer Koalition, 1991, S. 73–79.

⁵⁸ Für den Entwurf des Wahlslogans vgl. den Vorschlag von Knoeringen, Wilhelm Hoegner, Hans-Jochen Vogel u.a. erarbeiteten Vorschlag »Mehr Gerechtigkeit (Richtlinien sozialdemokratischer Landespolitik für 1962)«, AdSD NL von Knoeringen 489; Beschlussprotokoll des Landeswahlausschusses zur Einladung von Infas am 8.1.1962, das seine Vorschläge auf der folgenden Sitzung am 3.2.1962 vorstellen sollte, Brief Liepelts an von Knoeringen am 9.1.1962, AdSD NL von Knoeringen 495.

⁵⁹ Garbe in einer Notiz ohne Datum, AdSD 2/PVAR000021; für die Kritik des PV vgl. Bericht Garbes zu dem im Parteivorstand von Knoeringen vorgestellten Konzept am 2.2.1962, AdSD 2/PVAH000041; für finanzielle Abmachungen vgl. Anfrage von Knoeringen bei Nau mit dem Kostenplan für den Wahlkampf am 7.2.1962, AdSD NL von Knoeringen 489.

⁶⁰ Vgl. als Beispiele Bericht von Knoeringen an Ollenhauer über die Beratungen im Landesausschuß am 12.12.1961 und den Bericht von Garbe über von Knoerings Präsentation, AdSD 2/PVAH000041; Brief Infas an den PV, o. D., AdSD 2/PVAH000042.

⁶¹ So war laut einer Umfrage zum nordrhein-westfälischen Wahlkampf der Spitzenkandidat der SPD zu unbekannt, um gewählt zu werden. Daher sollte der vormalige und daher viel bekanntere Ministerpräsident Fritz Steinhoff in den Vordergrund gestellt werden. Vgl. Eilbrief Sänger an Ollenhauer am 19.12.1961, um ihn auf diese Situation hinzuweisen, da er einen Tag später eine vertrauliche Unterredung zur Organisation des Wahlkampfes in NRW hatte, AdSD 2/PVAH000041; vgl. auch Unterla- gen 1961/62 in HStA Ddorf RW 138, 306.

geschickt, so daß auf diese Weise der gewohnt mündliche Ablauf ausnahmsweise aktenkundig wurde.⁶² Insofern funktionierten der geplante Eingriff und die Lenkung durch den Parteivorstand mittels der umfassenden Politikberatung der Untergliederungen durch Infas, das mit der Beratung bis hin in die Werbegestaltung weit über eine demoskopische Beratung hinaus reichte. Zudem wurde allseits das Lenkungspotential durch demoskopische Daten demonstriert.

Die statistischen Daten schienen insbesondere durch ihre visuelle Aufbereitung in Tonbildserien zu überzeugen. So folgte auf die Serie zur Auswertung der Bundestagswahl gleich eine neue Reihe, die neueste Umfragen analysierte und auf verschiedenen Konferenzen den Untergliederungen vorgestellt wurde, um den Landesverbänden die Arbeit von Infas und die geplante Vorgehensweise näher zu bringen sowie gleichzeitig die Funktionäre in der Partei weiterzubilden.⁶³ Auf diese Weise wurde die zunächst nur für größere Konferenzen genutzte Technik des Diavortrags mit Tonband in den politischen Betrieb unterer Ebenen integriert und zu einem alltäglichen Informationsmittel in internen Veranstaltungen gemacht. Diese Präsentationsform wurde auch angewendet, um die Analysen der einzelnen Landtagswahlen am Ende des Jahres zusammenzuführen. Sie dienten offiziell als Grundlage der weiteren Planung für die Konzeption des Bundestagswahlkampfes.⁶⁴ Sie wurden sowohl in schriftlicher Form wie als Tonbildserie unter dem Titel »Nach vorn« Anfang 1963 als Aufbruch in den nächsten Wahlkampf präsentiert.⁶⁵ Die Tonbildserie konzentrierte sich auf die zusammenfassenden Elemente der Umfragen, etwa auf das Wahlverhalten von Frauen.⁶⁶

Zwischen 1962 und 1963 wurden die letzten Untergliederungen und politischen Akteure, die meinten, aufgrund eigener Kenntnisse keine Strukturanalyse zu benötigen, durch ein exaktes Zusammenspiel von Angebot durch Infas und Druck der Parteispitze vom Gegenteil überzeugt. Ihr Wissen wurde als Nicht-Wissen oder nicht ausreichendes Wissen definiert und durch die statistischen Angaben der Sozialstrukturanalyse ersetzt. Sie wurde zur Grundlage der Wahlkampfüberlegungen vor Ort gemacht. Infas sprach seine Vorgehensweise mit den nach wie vor wichtigsten Ansprechpartnern Wehner, Ollenhauer und Nau exakt ab; Präsidium und Parteivorstand erfuhren relativ wenig über Planungen. Erst wenn die Planungen konkrete Form angenommen hatten, erfuhren die Gremien davon. In anderen Gremien wie

⁶² Vgl. Brief Liepelt's an Wehner am 8. 9. 1964, AdsD PV 2558.

⁶³ Für die Planung dazu vgl. Notiz Riethmüllers an Garbe am 18. 12. 1961, AdsD PV 0709.

⁶⁴ Vgl. Auftrag Brandts an Bortfeldt am 7. 7. 1962, ebd.; Bestätigung durch Brief Bortfeldt an Planungsgruppe (siehe S. 245) am 27. 7. 1962, AdsD PV 6805.

⁶⁵ Vgl. Brief Liepelt an Nau zur Vorbereitung der Tonbildserie am 27. 11. 1962, AdsD 2/PVAH000042; Vermerk über statistisches Material aus den Landtagswahlen am 21. 11. 1962, Vorlage zu einer Sitzung der Planungsgruppe, AdsD 2/PVAR000039; Vorlage im Präsidium am 11. 1. 1963, Vermerk Bortfeldt am 27. 12. 1962, AdsD 2/PVAR000021. Vgl. Unterlagen zur Präsentation auf Sitzung mit Bezirksvorsitzenden und -sekretären am 31. 1. 1963: »Landtagswahlen 1962. Kurzfassung der Ergebnisse wissenschaftlicher Wahlanalysen«, AdsD PV 0709. Vgl. Brief mit Kostenübersicht von Infas an Wehner am 28. 1. 1963, AdsD PV 2570.

⁶⁶ Vgl. zur demoskopischen Beobachtung der Zielgruppe »Frauen« Kap. 4.2.b.

z. B. der Bundestagsfraktion der SPD, fand Meinungsforschung fast überhaupt keinen Widerhall bis in die sechziger Jahre hinein – soweit sich dies anhand der gedruckten Protokolle nachvollziehen läßt.⁶⁷

Die Vorsitzenden und Infas legten von vornherein fest, welche Regionen für eine Fortführung, einen Ausbau und eine besondere Sozialstrukturanalyse in Frage kämen, wie viel dies kosten würde und wie dies bis Anfang 1964 fertig zu stellen sei.⁶⁸ Infas übernahm dabei für den Parteivorstand die Aufgabe, die Situation vor Ort zu beobachten, wenn es seine Strukturanalysen feilbot. Anschließend wurde dann mit Wehner abgesprochen, wie weiter vorgegangen werden sollte.⁶⁹ In strukturell schwachen Gebieten übernahm der Parteivorstand zumindest Teile der Kosten und lockte damit widerstrebende Untergliederungen. Beispielsweise wurde die Erstellung der Kreiskartei für das sozialdemokratisch schwache Ostfriesland de facto vom Parteivorstand bezahlt.⁷⁰ Damit hatten SPD und Infas aus ihrer Vorgehensweise seit den ersten Strukturanalysen seit 1959/60 gelernt.

Die Schätzung der Kosten zur Fortschreibung der Wahlkreiskartei befand sich am unteren Rand der Skala, da die Verknüpfungen mit Untersuchungen der Untergliederungen bereits herausgerechnet worden waren und außerdem wiederum andere Auftraggeber, vor allem öffentliche Auftraggeber wie Städte und Gemeinden, eingepplant wurden.⁷¹ Darüber hinaus gelang es, die Analysen zu einem Teil als ein großes Forschungsvorhaben aus Drittmitteln zu organisieren.⁷² Der Schwerpunkt der eingeworbenen Untersuchungen lag im Sommer 1962 auf kleineren Kreisen des Ruhrgebiets und seiner Umgebung als »gemeindeforschungswissenschaftlichen Strukturuntersuchun-

⁶⁷ Es gibt wenige Ausnahmen (dazu auch Kap. 3.1.a, Fn. 34 und 3.2.b, Fn. 71): Eine Debatte über Ludwig Erhard wurde auch mit Hilfe einer Umfrage in der *Quick* (im Kontext des Kanzlerwechsels) in der Sitzung am 2. 10. 1963 ausgetragen (Fritz Sängler). Vgl. H. POTTHOFF (Bearb.), SPD-Fraktionsprotokolle 1961–1963, 1993, S. 336 f. Die folgenden Jahre weisen die höchste Thematisierungsrate auf, wenn auch in ähnlicher Form: Vgl. ders., SPD-Fraktionsprotokolle 1964–1966, 1993, S. 428 (10. 3. 1964, Ulrich Lohmar, Fritz Erler), S. 487 (6. 10. 1964, Willy Brandt), 644 (6. 4. 1965, W. Brandt), 956 (4. 10. 1966, Karl Schiller), 1001 (9. 11. 1966, W. Brandt).

⁶⁸ Vgl. Brief von Liepelt an Ollenhauer am 21. 5. 1962, AdsD 2/PVAH000042. Diese Absprachen begannen bereits Anfang 1962 und wurden jeweils am Ende eines Jahres neu disponiert, vgl. Vermerk Liepelt an Wehner am 7. 12. 1962, AdsD PV 2570.

⁶⁹ Vgl. Unterrichtung von Wehner (sowie Nau und Ollenhauer) durch Liepelt, 21. 05., 20. 06. und 11. 7. 1962, AdsD PV 2570; für Ollenhauers Kopie vgl. AdsD 2/PVAH000042.

⁷⁰ Vgl. Brief Liepelt an Nau am 27. 11. 1962, AdsD 2/PVAH000042. Während Liepelt das Planungsangebot an den zuständigen Mitarbeiter in Hannover schickte, klärte er gleichzeitig die Bezahlung der ostfriesischen Einheit durch Nau, ohne daß die Untersuchungen überhaupt bereits von Niedersachsen vertraglich festgelegt worden waren, vgl. Briefe Liepelt an Hans Striefler (Landesverband Niedersachsen) am 19. 7. 1962 und an Nau am 20. 7. 1962, AdsD PV 2570. Für Baden-Württemberg verliefen die Verhandlungen ähnlich, vgl. Vermerk Liepelt an Wehner (sowie Nau und Ollenhauer) zu der entsprechenden Sitzung des Landesvorstandes am 11. 7. 1962, ebd.

⁷¹ Vgl. Angaben in Brief Liepelt an Ollenhauer, 21. 5. 1962, AdsD 2/PVAH000042.

⁷² Vgl. Antrag von Infas an die VW-Stiftung am 27. 4. 1962 zur Gewährung von Forschungsmitteln über 290 000 DM »zur Untersuchung der soziologischen Voraussetzungen und der planerischen Konsequenzen von wirtschaftlichen und sozialen Strukturveränderungen in verschiedenen Regionen der Bundesrepublik«, Brief Liepelt an Wehner am 5. 7. 1962, AdsD PV 2570; vgl. auch Tabelle 4, S. 245.

gen«; nur zwei Untersuchungen mußten vom Bezirk Westliches Westfalen selber getragen werden.⁷³ Damit wurde das Ruhrgebiet zur bestuntersuchten Region der Republik, da hier besondere Hoffnungen auf eine Steigerung der Wahlstimmen gehegt wurden.

Die Kostenschätzung wurde bereits ein Jahr später hinfällig, als eine genauere Berechnung der Daten auf Gemeindeebene durch die Anschaffung eines Computers technisch möglich wurde.⁷⁴ Der IBM 1620 besaß gegenüber den bisher im Hause installierten Hollerithmaschinen eine vielfache Rechnerkapazität. Die so entstandenen erweiterten Bearbeitungsmöglichkeiten dienten auch der Argumentation für eine erweiterte, verfeinerte Sozialstrukturanalyse und dem Austesten neuer Korrelationsmöglichkeiten von Daten. Diese wurden in Bezug auf die Sozialstrukturanalyse für die Wahlkampf vorbereitungen zu einer generellen Analyse aller gewünschten regionalen Einheiten beliebig ausgearbeitet und angeboten. Es wurden 13 Regionen als »Entwicklungsgebiete« in der ganzen Republik ausgewählt und mit Spezialanalysen für insgesamt 150 000 DM versorgt, für die sie selber zumindest partiell zur Kasse gebeten wurden, ohne daß sie die Auswahl zuvor hätten beeinflussen können.⁷⁵ Um die Studien bei den Untergliederungen durchzusetzen, wurde dieselbe Vorgehensweise wie zuvor gewählt.⁷⁶ Die Strukturanalyse blieb so bestimmendes Arbeitsmoment von Infas für die Vorbereitung des Wahlkampfes und wurde zu einem zentralen Anliegen in den Führungsgremien der SPD, in denen die Analysen häufig thematisiert wurden.⁷⁷ Allein aufgrund ihres finanziellen wie datentechnischen Umfangs gewann die Analyse sowohl für die SPD als auch für das Institut eine große Bedeutung. Letzteres verdankte diesem Projekt einen großen Teil seiner

⁷³ Es handelte sich um Siegen-Wittgenstein und den Landkreis Recklinghausen, vgl. Aufstellung in AdsD 2/PVAH000031. Öffentliche Auftraggeber fanden sich auch mit Hagen, Wetter/Ruhr, Blankenstein, Ennepe-Ruhr, Gevelsberg, Hattingen. Vgl. für Analysen in der ganzen Republik »Übersicht über abgeschlossene und laufende Projekte der regionalsoziologischen Abteilung«, Stand: August 1962, AdsD PV 2570.

⁷⁴ Dafür erhielt Infas eine Sicherheit über 70 000 DM von der SPD als Kostengarantie. Vgl. Briefe Infas an Wehner am 25.06. und 13.8.1963, AdsD PV 2558. Nau forderte dazu am 28.3.1963 eine Übersicht an, um weitere Beteiligungen der Untergliederungen zu prüfen, AdsD PV 2570.

⁷⁵ Diese Angabe entsprach ungefähr der Grundanlagesumme für die gesamte Kreiskartei (ohne Fortführung), denn jede Einzelstudie kostete zwischen 10 000 und 12 500 DM; »Spezialberichte« wurden mit insgesamt 82 500 DM veranschlagt. Vgl. zum Musterbrief zugehörige Übersicht »Aufstellung: Regionale Strukturanalysen auf Gemeindeebene«, AdsD 2/PVAH000031. Aus der Übersicht geht nicht hervor, ob die Spezialberichte Teil der Gesamtanalyse sein sollten. Vgl. Vermerk Liepelt an Wehner zur weiteren »Ergänzung und Fortschreibung der politischen Strukturanalysen« am 6.12.1962, AdsD PV 2570.

⁷⁶ Um den Widerstand möglichst gering zu halten, wurden die Anschreiben an die jeweiligen Untergliederungen als Musterbrief an den Parteivorstand geliefert und die Empfänger der Briefe darüber aufgeklärt, daß dieses Angebot mit Wissen und Einverständnis des Vorstandes erfolge, dieser also der eigentlichen Auftraggeber und damit das Angebot verpflichtend sei. Vgl. Musterbrief, Anlage zu Brief Liepelt an Ollenhauer am 15.8.1963, AdsD 2/PVAH000031.

⁷⁷ Dabei standen die Auswertungs- und Nutzungsmöglichkeiten im Vordergrund. Vgl. Protokoll der Präsidiumssitzung vom 7.1.1963, 18.9.1964; Protokoll der Sitzung im PV am 02./3.10.1964.

Expansion wie auch seiner weiterführenden Kontakte. Ebenso bot es Möglichkeiten der Weiterentwicklung.

Dieser Ansatz der Strukturanalysen bis hinunter zur Gemeindeebene schuf nicht nur einen genauen Wissenstand der SPD-Führung und damit Kontrollmöglichkeiten über einzelne Regionen, sondern auch neue Eingriffsperspektiven vor Ort. Die Wahlergebnisse in einem Ort, abgeglichen mit der Sozialstruktur und einem gebildeten ›Durchschnitt‹ vorheriger Wahlergebnisse bei den entsprechenden sozialen Situationen, eröffneten die Möglichkeit, diesen Durchschnitt zum Idealtyp zu erklären und die darunter gebliebenen Regionen beziehungsweise SPD-Untergliederungen dazu anzuhalten, diese vorgegebene Zahl zu erreichen. Dies war bereits ansatzweise in der Erstellung der Kreiskartei zum Wahlkampf 1961 beabsichtigt gewesen, konnte aber erst ab Ende 1962 in eine Arbeitsroutine überführt werden, der sich die Untergliederungen durch die Vorgaben der SPD-Führung der angestrebten totalen Erfassung aller Stadt- und Landkreise zu beugen hatten.⁷⁸

Die Untergliederungen bekamen zusammen mit ihrer Strukturanalyse »Sollzahlen« für die Wahl, die sie möglichst erreichen sollten. Aus der mehr oder weniger freiwilligen Erkenntnissuche über Verbesserungspotentiale einzelner Regionen war nun eine Verpflichtung zur Stimmenmaximierung geworden. An die Stelle der Diskussion, wer wie zu erreichen war, traten Vorgaben, wie viele Personen in welcher Region anzusprechen und zu überzeugen waren.⁷⁹ Die Beobachtung der Wählerschaft und die Bearbeitung der Funktionäre verstetigten sich in den folgenden zwei Jahren, wodurch die Strukturanalysen zur Grundlage der Organisation des Wahlkampfes wurden. Nach ihr richteten sich die Verteilung der Redner, die Reisen Willy Brandts und die Unterstützung einzelner Regionen in besonderer Weise aus. Die Aufmerksamkeit wurde auf die regionalen politischen Bedingungen und Möglichkeiten der Ansprache gelenkt, was den Ausschlag gab, den Wahlkampf unter dem Motto der regionalen Differenzierung zu führen. Ein wichtiger Vorteil war auch: Differenzierte man zwischen den Leistungsfähigkeiten, konnte man auch die Ziele exakter definieren und so jeder Region ihr eigenes spezifisches Wahlziel aufbürden, über das sie sich dank der Wissenschaftlichkeit der Vorlage kaum beschweren konnte. Einige Regionen machten sich diesen Mechanismus selber zu eigen. Sie gestalteten dementsprechend ihre eigenen Wahlkämpfe und trieben damit die Bemühungen um eine Stimmenmaximierung durch exakte Planung voran, wie es in Ansätzen bereits im Bremer Wahlkampf 1959 geschehen war. Dieses Prinzip wurde auf Landtagswahlkämpfe übertragen und noch zu Beginn der siebziger Jahre für die Vorbereitung, zum Beispiel der Bremer Bürgerschaftswahl 1971, unter dem Titel der »Stimmenzielplanung«, nun computergestützt berechnet, eingesetzt.⁸⁰

⁷⁸ Vgl. Vermerk Liepelt an Wehner zur weiteren »Ergänzung und Fortschreibung der politischen Strukturanalysen« am 6. 12. 1962, AdSD PV 2570.

⁷⁹ Liepelt berichtete an Wehner am 28. 10. 1963, daß die »Sollzahl für Nordrhein-Westfalen« Eindruck gemacht habe, AdSD PV 2558.

⁸⁰ Vgl. Inf. Inf. »Stimmenzielplanung für die SPD-Ortsvereine im Land Bremen«, Juni 1971, AdSD PV 02045.

Das Prinzip der regionalen Differenzierung bestand demnach hauptsächlich aus der Konzentration auf die lokale Öffentlichkeit. Es fußte auf der bereits in der Auswertungsgruppe des Wahlkampfes auf dem Parteitag 1962 von Günter Schubert dargestellten Idee, daß der Unterschied der Partei zum Markenartikel der sei, daß die SPD regional unterschiedlich aufgefaßt würde und daher eine erfolgreiche Werbung vor Ort angelegt werden müsse.⁸¹ Auf der (nicht weiter begründeten) Annahme fußend, daß im Wahlkreis die Chancen beider Kandidaten gleich seien, sollten die Themen des Wahlkampfes auf die lokale Ebene heruntergebrochen werden. Dies diene auch der Stärkung der lokalen Organisation.⁸² Außerdem paßte die Strategie zur von Infas seit 1957 betriebenen Typologisierung nach Gebieten mit unterschiedlichen Gewinnaussichten.

Ganz ähnlich wie die Strukturanalysen mit ihrer regionalen Differenzierung wurden die Trendbeobachtungen behandelt, so daß die Sozialstrukturanalyse durch dynamische Daten auf Landesebene verstärkt wurde. Die Durchsetzungsstrategie für die Auftragsvergabe war dieselbe wie bei der Sozialstrukturanalyse.⁸³ Da diese regelmäßige Beobachtung zudem von grundsätzlichem Interesse für Landesregierungen sein konnte, wurden die SPD-regierten Länder Hessen, Niedersachsen, Hamburg und Berlin ebenso miteinbezogen. Die Beobachtungen wurden nicht monatlich erhoben, sondern vierteljährlich, um die Trendumfragen als Mehrthemenumfragen mit größer gefaßten Komplexen durchführen zu können. Die Trendergebnisse wurden in einem *Barometer* zusammengefaßt.⁸⁴ Während diese Umfrage zum Beispiel für Niedersachsen 1962 jährlich noch 120 000 DM kosten sollte, bezahlte der Parteivorstand 1963 rund 140 000 DM.⁸⁵ Der Unterschied entstand für den Parteivorstand dadurch, daß aktuelle Zusatzfragen eingefügt wurden. Es kamen allein für die fortlaufenden Trend-Untersuchungen und die Strukturanalysen insgesamt circa 200 000 DM an Kosten pro Jahr auf den Parteivorstand der SPD zu. Dabei glichen sich die Ersparnisse auf der einen Seite durch die für Untergliederungen übernommenen Kosten annähernd wieder aus. Auf der anderen Seite hingegen handelte der zuständige Mitarbeiter um die Bezahlung des monatlichen Pressedienstes mit Emnid um einhundert Mark.⁸⁶ Jedoch wuchs auch 1962, nach dem Jahr mit großen Aufträgen zur Bundestagswahl, das Auftragsvolumen für Infas um neun Prozent. Dies lag unter anderem an dem Großauftrag des Rationalisierungskuratoriums der

⁸¹ Vgl. seine Ausführungen in der »vertraulichen« Arbeitsgruppe, AdsD PV 0890 D.

⁸² Vgl. entsprechende Aussage von Liepelt im Ausschuß für Öffentlichkeitsarbeit beim PV am 2. 6. 1964 zur Entwicklung des Wahlkampfkonzeptes, AdsD PV 0911.

⁸³ Vgl. Vermerk und Brief von Liepelt an Striefler am 19. 5. 1962, und für finanzielle Umschichtungsbemühungen Brief von Liepelt an Nau am 5. 7. 1962, AdsD 2/PVAH000042.

⁸⁴ Vgl. verschiedene *Barometer*-Ausgaben 1963 in AdsD 2/PVAR000039.

⁸⁵ Vgl. die Angaben in Vermerk Liepelt an Striefler am 19. 5. 1962 und in Brief Liepelt an den PV am 23. 11. 1962, AdsD 2/PVAH000042. Wie viel tatsächlich die jeweiligen Untergliederungen bezahlten, kann aufgrund der Aktenspernung des Bestandes des Schatzmeisters Alfred Nau nicht nachvollzogen werden.

⁸⁶ Vgl. Briefwechsel zwischen Heinz Castrup und Emnid (Werner Tacke, kaufmännische Leitung) zwischen Januar und Mai 1962, AdsD 2/E0AA000259.

deutschen Wirtschaft zur »Fluktuation der Arbeitskräfte im Steinkohlenbergbau in Belgien, der Bundesrepublik, in Frankreich und den Niederlanden«⁸⁷:

Tabelle 4: Infas: Auftragsübersicht 1962/63

Auftraggeber	Betrag in DM
SPD-Vorstand und Bezirke	283 500
»regionalsoziologische« Analysen*	458 000
Verhaltensforschung (nicht politische Aufträge)	334 500
Gesamtauftragsvolumen	1 700 000**

Quelle: Auftragsübersicht vom 1. 3. 1963, AdsD PV 2570.

* fremdbezahlte Strukturanalysen u. a. Aufträge

** Dem standen 1962 Ausgaben von 718 800 DM gegenüber.

Das Volumen erklärt sich nicht aus der Übersicht.

Die Regionalsoziologie wuchs währenddessen mit der Strukturanalyse zur größten Einkommensabteilung für Infas heran und sollte es laut Planung für die nächsten Jahre auch bleiben. Infas hatte sich für die SPD rentiert, da das Institut vermocht hatte, die Kosten für die eigenen Untersuchungen zu dämpfen und darüber hinaus die Untergliederungen fest in eine Planungsstruktur des Parteivorstandes einzubinden. Neben dieser Einbindung erfolgte eine eindeutige Professionalisierung des Wahlkampfes, indem demoskopisch stimmenmaximierende Prinzipien in alle lokalen Bereiche politischer Kommunikation getragen und ein (regionalspezifisches) Corporate Design geprägt wurde. Aber Infas setzte nicht nur eine soziologische Betrachtung der Wählerschaft auf den unteren politischen Ebenen durch und setzte damit Standards, sondern entwickelte auch passende Konzepte, um dieses Wissen in der politischen Kommunikation anzuwenden. Dementsprechend führte Infas die Beratung der SPD unverändert als Lieferant wissenschaftlicher Information und praktischer Beratung fort.

Das Institut war ebenfalls in die langfristigen Wahlkampf vorbereitungen, die in einer »Planungsgruppe« stattfanden, eng eingebunden. Das Gremium war nach einem Vorschlag Brandts im Juni 1962 als Organ des neuen stellvertretenden Vorsitzenden zur Planung langfristiger Entscheidungen des Parteivorstands ins Leben gerufen worden. Es setzte sich aus unterschiedlichen Personen aus der SPD-Partei-führung, Vertretern einzelner Themengebiete und Mitarbeitern aus den Abteilungen Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie Vertretern aus der Publizistik und der

⁸⁷ Dieser Auftrag blieb jedoch ein einzelner Ausflug in die Betriebssoziologie. Vgl. die Auftragsbestätigung vom 30. 8. 1962 (Summe des Auftrags: 185 000 DM), AdsD PV 2570; außerdem erhielt Infas Aufträge vom DGB über Trendbefragungen (»Gewerkschaftsbarometer«) und eine jährliche Mitgliederumfrage, Auszug aus dem Protokoll des Werbeausschusses des DGB am 30. 8. 1963, AdsD 2/PVAR000039.

Meinungsforschung (Infas) zusammen.⁸⁸ Daneben nahmen die Sozialwissenschaftler von Infas am Ausschuß Öffentlichkeitsarbeit (bezeichnenderweise nicht mehr Werbe- und Propagandausschuß genannt) teil, der als eine »interne« Beratungsgruppe verschiedener Abteilungen im Parteivorstand (Öffentlichkeitsarbeit und Werbung) firmierte. Auch damit wurde deutlich, daß Infas fest zum Arbeitsinventar der SPD-Führung gehörte und weniger eine Beratung von außen repräsentierte.

Inhaltlich beschäftigte sich die Planungsgruppe mit der Umsetzung der argumentativen Ausgestaltung und öffentlichkeitswirksamen Präsentation der Gemeinschaftsaufgaben.⁸⁹ In einer langfristigen Perspektive sollten politische Fragen, die der SPD zur Mehrheit verhelfen könnten, unter wissenschaftlichen Kriterien aufgearbeitet und damit bessere und überzeugendere politische Inhalte für die SPD bereitgestellt werden. Sie leistete einen wichtigen Beitrag zur Verwissenschaftlichung politischer Fragen in der Führungsspitze der SPD. Im Laufe der sechziger Jahre wurde es zur Pflicht, für die Bearbeitung eines politischen Themas die einschlägige wissenschaftliche Literatur zu lesen oder zumindest für eine schnellere Antizipation aufbereiten zu lassen. Außerdem wurde das eigene Theorieorgan *Neue Gesellschaft*, das von Ulrich Lohmar redaktionell betreut wurde, für die Bearbeitung bestimmter Inhalte nach wissenschaftlichen Kriterien genutzt.⁹⁰ Hatte Heine Literatur noch ungezielt für sich verwertet, änderte sich der Umgang mit wissenschaftlicher Lektüre grundlegend: Sie wurde konsequent gesammelt und als Leseempfehlung weitergegeben. Dies läßt sich wiederum besonders gut an den für den Ausschuß für Öffentlichkeitsarbeit zusammengestellten Texten erkennen. Er besaß zwar nicht mehr Kompetenzen als zuvor, wurde aber nun regelmäßig mit Texten versorgt. Dazu wurde ein Verteiler für »soziologisches Grundlagenmaterial« eingerichtet. Oft war es Infas, das Materialien an den Verteiler, der deswegen auch »Infas-Verteiler« genannt wurde, gab.⁹¹ Daneben wurde vor allem an die Planungsgruppe Material versandt. Die zentrale Rolle von Infas für die SPD festigte sich also auch hinsichtlich eines gewissen Interpretationsmonopols, das sie dadurch erreichten, daß sie die vom Parteivorstand versandte Literatur weitgehend bestimmten. Auch erkundigten sich Mitarbeiter des Vorstandes bei Infas nach der Verwertbarkeit bestimmter

⁸⁸ Vgl. für Idee und Organisationsvorstellungen zu der Gruppe Brief von Brandt an Ollenhauer, Wehner und Nau am 4. 6. 1962, AdsD 2/PVAH000042; Beschlussfassungen in Präsidium und PV am 18. und 19. 6. 1962.

⁸⁹ Vgl. Protokolle der Gruppe und Aufzeichnungen Bortfeldts, AdsD PV 6805, 2/PVAR000039 und 2/PVAR000001.

⁹⁰ So wurde zum Beispiel für das zehnjährige Bestehen der Zeitschrift ein Heft zu Macht, Meinungsbildung und Öffentlichkeit in der Bundesrepublik unter Einbeziehung bekannter Wissenschaftler und Journalisten, inklusive eines Artikels zur Meinungsforschung geplant, konnte aber nicht realisiert werden. Vgl. die Planung zu dem Heft »Macht und Meinungsbildung in der Bundesrepublik«, mit angefragten Beiträgen von Ralf Dahrendorf, Günter Gaus und Klaus von Dohnanyi (Meinungsforschung), AdsD NL von Knoeringer 311; für Rumpfbeiträge vgl. K. v. DOHNANYI, Verführung der Verführer, und T. ELLWEIN, Machtstruktur, Heft 5 (September/Oktober) 1965.

⁹¹ Vgl. Mitteilung Garbes am 25. 4. 1965 und Korrespondenz über die geplante Verschickung von Infas-Materialien, AdsD PV 0911.

Titel aus der Sekundärliteratur. Außerdem nahm Infas eine Gutachterrolle zur Bewertung anderer Institute ein, nach deren Qualität sich der Parteivorstand von Fall zu Fall erkundigte. Mit dieser Orientierung an wissenschaftlich abgesichertem Wissen zur Gesellschaft ging auch eine Soziologisierung des politischen Sprachgebrauchs in der SPD einher. Gleichzeitig erlebte die Partei eine (erneute) Theoretisierung der Beschreibung von Gesellschaft als wissenschaftliches Surrogat ideologisch-weltanschaulicher Sichtweisen, ähnlich wie sie auch die CDU ab circa 1965 erfuhr.⁹²

Neben der Gremienarbeit beteiligte sich Infas sowohl daran, Informationen als Grundlage der Planungen im Parteivorstand zu liefern als auch die Umsetzung der Befunde in politische Kommunikation auszuarbeiten. In dem Zeitraum zwischen Ende des Bundestagswahlkampfes 1961 und der Wahl 1965 entwickelte das Institut gemeinsam mit Mitarbeitern des Vorstands, zusammengeschlossen zu einem informellem think tank, Konzepte zur Wähleransprache. Sie gingen dabei grundsätzlich von den sozialstrukturanalytischen und demoskopischen Befunden aus, beschränkten sich aber in ihrer konzeptionellen Entwicklung nicht allein auf einen Einsatz dieser Daten. Die Überlegungen kreisten um Stimmenmaximierung durch eine konkrete Ansprache der Wähler und zielten auf Fragen des ›Wer- und ›Wie‹ unter Beachtung höchstmöglicher Effizienz: Auf diese Weise wurde die direkte Ansprache des Wählers (wieder-)entdeckt und die interpersonale Kommunikation per Hausbesuch sowie durch das organisierte »Große Gespräch« demoskopisch neu konzipiert.⁹³

Diese Ideen standen jeweils in einem engen Zusammenhang zur Konzeptualisierung der regionalen Differenzierung. Die Idee von Infas, einen regional zugespitzten Wahlkampf zu führen, ging mit der besonderen Betonung innenpolitischer Themen als Fortsetzung der bis dahin verfolgten »Gemeinschaftsaufgaben« einher, die nun ebenfalls regional spezifiziert werden sollten. Sie wurden weiterhin demoskopisch untersucht, waren aber in ihren »Grunddaten« komplett vorhanden, so daß nun die Entwicklung der Themen beobachtet werden konnte. Die Außenpolitik war vorgeblich unstrittig geworden und daher nicht mehr zur Abgrenzung nutzbar.⁹⁴ Die demoskopischen Untersuchungen von Infas beschäftigten sich daher mit der Person Brandts im Hinblick auf die Frage seiner strategischen Positionierung gegenüber Ludwig Erhard und seines Verhältnisses zur SPD beziehungsweise zur weiteren Führungsriege.⁹⁵ Das Grundmuster der Untersuchungen war im Wahlkampf 1961 angelegt worden, so daß es nun lediglich variiert wurde. Auch die Beratungsgruppe um Brandt fand sich in ähnlicher Besetzung zusammen, diesmal unter dem Titel »Arbeitskreis Publizistik«. Er gab sich ein ähnliches Ziel wie zuvor, daß jedoch dies-

⁹² Gerade zu diesen Aspekten der Beschreibung von sich selber, den Wählern und politischen Problemen vgl. das Kapitel 4, das sich intensiver mit diesen Veränderungen beschäftigt.

⁹³ Vgl. A. KRÜKE, »Responsivität«, 2006.

⁹⁴ Vgl. Ausführungen Liepelts in dem (kleinen) Ausschuß für Öffentlichkeitsarbeit am 2.6.1964, AdSD PV 0911.

⁹⁵ Vgl. für Untersuchungen u.a. LAB B 002–5301.

mal deutlich von der von Infas durchgesetzten Strategie abwich: »Hauptaufgabe bleibt die Aufbereitung des persönlichen Image des Kanzlerkandidaten mit allen Mitteln.«⁹⁶ In diesem Wahlkampf wurde ein großer Teil der Werbefragen in einen Arbeitskreis »Walter Thompson« ausgelagert. In dieser Werbefirma waren in Frankfurt sieben ständige Mitarbeiter mit der Arbeit an der Werbung beschäftigt. Durch diese neu eingeführte Arbeitsteilung fiel ein Großteil der Beratungen mit Infas zur Gestaltung der Werbung weg, so daß sich hier erste Anzeichen einer Professionalisierung der Werbekommunikation in der SPD zeigten. Dennoch war Infas für die Werbemitteltests, für die Prüfung von Slogans, Farben und Bildern zuständig und kümmerte sich auch um Kontakte zu amerikanischen Beratern.⁹⁷

Infas traf mit seinem Kurs der Verwissenschaftlichung auf sich ausbreitende Vorstellungen verwissenschaftlichter Politik in der SPD und förderte sie. Das Institut erfüllte in diesem Sinne Aufgaben in unterschiedlichsten Hinsichten je nach Bedarf der SPD, konzentrierte sich jedoch auf die Entwicklung des Konzepts der regionalen Differenzierung. Hier waren sowohl die statistischen Grundlagen gefragt als auch die damit verbundenen Konzepte der Ansprache. Damit waren und blieben die Sozialwissenschaftler von Infas Alleskönner der politischen Kommunikation für die SPD, auch wenn sich die Konkurrenz bemerkbar machte.

c) *Die SPD im Übergang zu einer neuen demoskopischen Ära 1966–1968*

Die SPD war in der Wahl 1965 erfolgreich. Trotz der Steigerung der Stimmengewinne breitete sich jedoch Niedergeschlagenheit aus, da sie erneut die Mehrheit verfehlt hatte. Zu dieser Enttäuschung hatte Infas beigetragen, da es bis zuletzt einen knappen Sieg vorausgesagt hatte. In der Diskussion über die Gründe des erneuten Fehlschlags wurde das Institut zu einem Sündenbock. Auf einer Auswertungsveranstaltung mit allen Bezirken mußte Liepelt sich bei seinen Ausführungen zur Wahlanalyse harte Zwischenrufe und wütende Meinungsäußerungen, insbesondere von Willy Brandt selber, gefallen lassen. Darin wurde er direkt beschuldigt, mit den Infas-Untersuchungen und Veröffentlichungen über die Popularität Erhardts zu dessen Wahlsieg beigetragen zu haben, mithin sogar, eine falsche Strategie verfolgt zu haben.⁹⁸ Dieser massive Vorwurf, mit der Regionalisierung auf die falsche Strategie

⁹⁶ »Aktionsempfehlungen«, 12. 5. 1965, AdsD PV 6924. Der Kreis war etwas anders besetzt mit Leo Bauer, Wolfgang Ernst, Jesco von Puttkammer, Hans Robinsohn, Jochen Severin, Pitt Severin, Werner Steltzer, vgl. Liste in einem Brief von Werner Steltzer an Fritz Eler am 9. 8. 1965, AdsD NL Eler 63. Außerdem gab es noch weitere Arbeitskreise: das Wahlkontor und den Arbeitskreis »Walter Thompson« (Frankfurter Werbefirma, in der sieben Personen für den Wahlkampf der SPD arbeiteten).

⁹⁷ Vgl. Politogramm, Parolen und Themen, Juli 1965, ZASS II, DW 2–1 i 4, Ordner 1. Für die Arbeitsteilung und Zusammenarbeit vgl. Unterlagen in AdsD PV 0729 und PV 6924; Vermerk am 11. 5. 1965 über Besuch von Roy Reuther (amerikanischer Werbeberater) in Berlin, AdsD, WBA, Berlin 171; AdsD PV 01036.

⁹⁸ Vgl. Wortprotokoll der Reden von Brandt und Liepelt auf der Bezirkssekretärskonferenz in Burg Ockenfels am 17. 11. 1965, hier insbes. der Zwischenruf Brandts, S. 22, AdsD PV 01497.

gesetzt zu haben, wurde auf einer Auswertung auf dem Parteitag 1966 dann insbesondere von Bruno Friedrich vorgetragen. Andere wiederum kritisierten die fehlenden markanten Aussagen des Wahlkampfes, da nicht so sehr einzelne Themen, sondern lokal zugeschnittene Aspekte im Vordergrund gestanden hatten.⁹⁹

Infas versuchte, diese Beschuldigungen zu ignorieren, indem es statt dessen den Erfolg der SPD herausstellte und die erneute Niederlage mit einem nicht vorhersehbaren, erst kurz vor der Wahl sichtbar werdenden Umschwung in der unentschiedenen Wählerschaft zu erklären versuchte. Damit schlug es denselben Weg ein wie andere Meinungsforschungsinstitute, die falsch prognostiziert hatten. Gleichzeitig hob Infas in den ersten Analysen den Gewinn in den besonders bearbeiteten Entwicklungsgebieten der SPD hervor, um die Strategie der regionalen Differenzierung zu verteidigen.¹⁰⁰ Auch auf der bundesweiten Auswertungsveranstaltung für die Funktionäre hob Liepelt die Gewinne, insbesondere im Ruhrgebiet, durch die regional spezifizierte Vorgehensweise hervor und schlug eine Fortentwicklung dieser Strategie als eine völlig auf die Kreisebene abstellende politische Kommunikation bei einer gleichermaßen vorangetriebenen Professionalisierung der politischen (Organisations-)Arbeit vor.¹⁰¹

Daß diese Vorschläge keine solche Resonanz erfuhren wie in den Jahren zuvor, lag zum einen an der wiederholten Niederlage. Zum anderen formierte sich innerparteilicher Widerstand an der Spitze gegen Infas. So wurde die »wissenschaftliche« Auswertung der Bundestagswahl 1965 in die Hände von Helmut Schmidt, Georg Leber und Heinz Kühn gelegt und Infas nicht beteiligt; statt dessen verfaßte Hans Paul Bahrdt den Artikel zur Rolle der Demoskopie, in dem er auf die Begrenztheit der Möglichkeiten des Instruments verwies und die Enttäuschung der SPD mit zu hohen Erwartungen erklärte, im übrigen aber auf jede Bewertung verzichtete.¹⁰² Ehmke, der sich als Vorsitzender der Wahlrechtskommission 1963/64 bereits über die fehlende Bereitschaft des Instituts zur Mitarbeit geärgert hatte, zeigte sich in seinem Beitrag von der Auseinandersetzung um die Wahlrechtskommissionsunterlagen deutlich entnervt und forderte eine Klärung der Verhältnisse mit dem Institut.¹⁰³ Ein weiterer Faktor zur Distanzierung von Infas war vermutlich die persönliche Enttäuschung Willy Brandts, die mit dem allgemeinen Verdacht, vielleicht doch in der Gesamtstrategie etwas falsch gemacht zu haben, zusammentraf. Schließlich wurde

⁹⁹ Vgl. Kritik Bruno Friedrichs und Ulrich Lohmars in der Arbeitsgemeinschaft »Mitgliederpartei, Massenmedien und Verbände«, SPD-Parteivorstand (Hrsg.), SPD-Parteitagprotokoll 1966, S. 561–693, hier S. 575–585, 599 ff.

¹⁰⁰ Vgl. Politogramm: »Wähler 1965«, Dezember 1965, AdSD PV 1355; »Erste Beobachtungen zur Bundestagswahl 1965«, vorgelegt von Liepelt am 21. 9. 1965, LAB B 002–5301; Manuskript zur Tonbildserie »Wahlen 1965, Teil 1: Wahlergebnis«, Februar 1966, (als internes *Politogramm* aufgelegt), LAB B 002–5311.

¹⁰¹ Vgl. Wortprotokoll der Rede Liepelts am 17. 11. 1965, siehe hier insbesondere Anfang und Ende seiner Rede, in denen er die Überlegung dazu entwickelt, AdSD PV 01497.

¹⁰² Vgl. Aufteilung der Auswertungsarbeit in der Sitzung des PV am 22. 9. 1965.

¹⁰³ Vgl. H. P. BAHRDT, Betrachtungen, und H. EHMKE, Bundestagswahl 1965, in: H. SCHMIDT/H. KÜHN/G. LEBER, Die politisch-psychologische Situation 1965, 1966, S. 39–64 und 72–85.

außerdem deutlich, daß Infas keine andere Idee als die der Regionalisierung aufzubieten hatte.¹⁰⁴ Dies führte zu einer distanzierten Umgangsweise und einer generellen neuen Orientierung in dem Bereich der Meinungsforschung.

Die Tätigkeiten und vor allem die Pressearbeit von Infas wurden nun stärker hinterfragt und kontrolliert.¹⁰⁵ Letztlich führte das in der Großen Koalition aufgegriffene Thema der Wahlrechtsänderung zur Distanzierung der SPD von dem Institut. Infas beteiligte sich an dieser Diskussion mit Stellungnahmen für die SPD und unternahm im Auftrag der nordrhein-westfälischen Landesregierung (Landesamt für Forschung) eine Untersuchung.¹⁰⁶ Jedoch wiesen die Ergebnisse der Untersuchung im Gegensatz zu vorherigen Darstellungen negative Auswirkungen für die Stimmenmaximierung der SPD auf, falls die Wahlrechtsänderungen wie bis dahin geplant vorgenommen würden. Diese Studie brachte die zuvor sicher scheinende Zustimmung zur Wahlrechtsänderung ins Wanken und kippte die Entscheidung. So wurde im Parteivorstand im Januar 1968 beklagt, Infas habe die Diskussion zum Wahlrecht zu Ungunsten der Ideen der SPD durch Veröffentlichungen und Lieferung von Material für *Panorama* beeinflusst. Nau distanzierte sich daraufhin in einer Stellungnahme von Infas. Es sei ein unabhängiges Institut, das man in seiner Anfangszeit finanziell durch Aufträge unterstützt habe. Er zeigte sich enttäuscht, daß Infas den Parteivorstand bei einer so wichtigen Sachfrage nicht vorher informiert habe. Außerdem breitete sich der Streit in den Medien aus, da Infas sich in die Debatte um das Wahlrecht mit einer Tagung einschaltete, auf der die Ergebnisse einer weiteren Untersuchung öffentlich präsentiert wurden.¹⁰⁷

Die Wahlrechtsfrage wurde so zu einem Menetekel des Verhältnisses zwischen SPD und Infas, da das Institut durch das ambivalente Verhalten gegenüber der SPD und den Medien, interpretiert von der SPD als ‚Verrat‘, seinen wichtigsten innerparteilichen Rückhalt verlor.¹⁰⁸ Dennoch ließ sich die einmal eingegangene

¹⁰⁴ Vgl. Brief Liepelts an Wolfgang Müller am 9. 8. 1968 mit Unterlagen zum Kommunalwahlkampf in NRW 1969, u. a. Memorandum »Entwicklung regionaler Modelle des Wahlverhaltens«, AdsD PV 1355.

¹⁰⁵ Vgl. z. B. Präsidiums-Protokoll am 20. 10. 1966, Briefe Infas an Brandt am 17. und 25. 10. 1966, Anlage zu Präsidiums-Protokoll.

¹⁰⁶ Vgl. Stellungnahme Liepelts am 5. 10. 1966, Brief Infas an Wehner am 18. 1. 1967 zur Untersuchung, AdsD PV 2558; für das Thema Wahlrechtsänderung in der Großen Koalition vgl. auch K. SCHÖNHOFEN, *Wendejahre*, 2004, S. 235–267, zur Rolle Infas' insbes. S. 198, 250ff.; vgl. für weitere Tätigkeiten Infas' 1967 für die SPD in NRW, z. B. für die Landtagsfraktion in HStA Ddorf RW 180, 230.

¹⁰⁷ Vgl. Sitzungsprotokoll am 25. 1. 1968; Liepelts Angebot, das Manuskript zu überarbeiten, 31. 1. 1968, AdsD 2/PVAR000040. Für Tagung »International Colloquium on Electoral Systems« vgl. »Und die SPD schaut mit Spannung zu«, *Kölner Stadtanzeiger* vom 24. 5. 1968; *Politogramm*, »Wählerstimmen und Mandate. Dreier- und Viererwahlkreise. Ergebnisse einer Wahlrechtsstudie, Juli 1968«, *ZASS II, DW 2–1 i 4, Ordner 2*; »Erwartungen der SPD gedämpft«, *Stuttgarter Zeitung* vom 30. 8. 1968; »Wahlssysteme im Computer«, *Vorwärts* vom 5. 9. 1968.

¹⁰⁸ Dafür spricht, daß die intensive Korrespondenz zwischen Wehner und Infas ab 1967 bröckelte, auch wenn ein wichtiger Grund Wehners Übernahme eines Ministeramtes und im folgenden organisatorische Veränderungen gewesen sein dürften. Vgl. AdsD PV 2558.

symbiotische Beziehung aufgrund der wechselseitigen Abhängigkeit nicht so schnell lösen. Die Aufträge (Trendbeobachtung und *Politogramm*) wurden zunächst beibehalten.¹⁰⁹ In dieser Situation der Umorientierung der SPD kam hinzu, daß sich die Machtverhältnisse in der Bundesrepublik veränderten. Mit dem Eintritt der SPD in die Regierungsverantwortung verschob sich deren demoskopische Bestandsaufnahme, da nun auch die Unterlagen des Bundespresamtes zur Verfügung standen.

Ab 1967 wandte sich die Führung der SPD dem Konkurrenzinstitut von Infas, Infratest, zu. Die durch Klaus von Dohnanyi über den Beratungskreis um Willy Brandt gestärkten Kontakte waren insbesondere durch eine mit dem Wahlkampf verbundene Beratungsleistung durch den Hauptgeschäftsführer des Instituts, Wolfgang Ernst, intensiviert worden. Ihn verband eine enge Freundschaft zu dem im Rahmen des Wahlkampfes zum Beratungskreis gestoßenen Journalisten Leo Bauer. Jener wurde in den folgenden Jahren zu einem der engsten Berater Brandts in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Seine Arbeit bei der Illustrierten *Quick* und vor allem ab 1959 beim *Stern* brachten Bauer in Berührung mit den Methoden der Meinungsforschung, die er im Rahmen seiner Recherchen für Reportagen des *Stern* für sich entdeckte und in diesem Rahmen eng mit Infratest zusammenarbeitete.¹¹⁰ Aus dieser Zeit stammte auch seine Bekanntschaft mit Wolfgang Ernst. Diese Konstellation begünstigte die Bewerbung von Infratest Ende 1967 um das Untersuchungsprogramm bei der SPD. Das Institut konnte die Partei mit mehreren Argumenten überzeugen: Zum einen trat Infratest als bewußt markt- und konsumforschungsorientiertes Institut auf, das nicht vorgab, in der politischen Demoskopie beheimatet zu sein, auch wenn es seit 1960 Umfragen in dem Bereich unternommen hatte und zudem Erfahrung in der Meinungsforschung der DDR-Bevölkerung besaß. Die Bescheidenheit kompensierte es mit einem gewissen Selbstbewußtsein und Erfahrung in neuesten Marktforschungsmethoden. Ein eventueller Mangel an Erfahrung im politischen Bereich wurde darüber hinaus mit dem Angebot eines umfangreichen wissenschaftlichen Beistandes aufgefangen. Infratest gründete 1968 in Berlin die Firma »Trend«, die für die SPD die regelmäßige Beobachtung der Wählerschaft übernahm und interne Tagungen zur bestimmten politischen Themen durchführte, die dann in die Untersuchungsprogramme des Instituts flossen. Das im Herbst 1967 als »kurzfristiges Untersuchungsprogramm« betitelte Untersuchungsangebot zur »Wählerforschung für die SPD« wurde akzeptiert. Es war als Bewährungsprobe für die an Infratest gerichtete Frage, wie die SPD 1969 die Mehrheit gewinnen könne, angelegt.¹¹¹ Mit Infratest verband sich eine neue Sichtweise auf die Wählerschaft, die das Institut in einer bewußten Provokation als »Wählermarkt« bezeichnete. Damit zeigte es zugleich eine neue Herangehensweise auf.

¹⁰⁹ Vgl. Rechnung Infas an Nau am 18.7.1966, ebd.

¹¹⁰ Vgl. für die Biographie und seine Arbeit beim *Stern* P. BRANDT/J. SCHUMACHER/G. SCHWARZROCK u. a., Leo Bauer, 1983, S. 235 ff.

¹¹¹ Vgl. Trend [Infratest], »Wählerforschung für die SPD, Vorbericht«, Dez. 1967, S. 8, AdSd PV 02040.

Die zwei Jahre nach der Bundestagswahl bildeten mit der Bildung der Großen Koalition eine Phase der Neuorientierung und des Umbruchs in der SPD, die sich in einer demoskopischen Veränderung dokumentierten. Die Unzufriedenheit mit Infas wuchs seit 1965 rapide an, so daß es das einzig Richtige schien, sich einem schon lange für sich werbenden Institut, Infratest, zuzuwenden. Damit schlug die SPD den Weg einer weiteren Verwissenschaftlichung ihrer Politik ein, mit nun zwei Instituten unter Vertrag und einer neuen demoskopischen Blickrichtung auf politische Kommunikation.

4. Demoskopie als Planungsinstrument? Arbeitsfunktion und Fortentwicklung der Demoskopie im Bundespresseamt 1966–1977

Der Wechsel der Machtkonstellation 1966 setzte eine Welle von Veränderungen des Regierungsapparates in Gang, die auch das Bundespresseamt betrafen. Im folgenden werden daher die Auswirkungen der Gründung der Großen Koalition und des Machtwechsels 1969 beleuchtet. Dies geschieht mit dem Ziel, die Richtung der Entwicklung der Demoskopie näher bestimmen zu können – inwieweit nahm die demoskopische Beobachtung eine Eigendynamik an und inwiefern wurde sie über politische Entscheidungen bestimmt? Welche Folgen hatte das für die sich anschließende Verarbeitung?¹

Ende der sechziger und in den frühen siebziger Jahren verdichtete sich die Vorstellung einer rational-technokratisch, auf wissenschaftlichen Erkenntnissen fußenden Planung zu einer ›Planungseuphorie‹, die Politik und Ministerialbürokratie erfaßte. Diese Vorgänge und Vorstellungen von Politik werden in der Sekundärliteratur häufig mit der ersten Legislaturperiode der sozial-liberalen Koalition und der Kanzlerschaft Willy Brandts verbunden. Das in der Sekundärliteratur benutzte Narrativ entwickelt sich dabei entlang der politischen Phasenbildung, die für diese Zeit unter dem Vorzeichen der Reformen zusammengefaßt wird. Am sichtbarsten trat diese parallele Entwicklung an dem zentralen Versuch des Bundeskanzleramts hervor, ministerielle Arbeitsabläufe grundlegend zu reorganisieren. Dessen Scheitern steht symbolisch für das Scheitern des gesamten Vorhabens, kybernetische Denkmodelle in der Politik der Bundesrepublik fest zu installieren.² Mit der Metapher der ›Euphorie‹ wird die Vorstellung rationalen Handelns (oder Handeln-Wollens) durch die Emotionalität des Ausdrucks karikiert und zugleich sein Ende als notwendig mitgedacht. Eine Erklärung bietet diese Vokabel indes ebenso wenig wie die mit ihr verbundene Erzäh-

¹ Der Bestand des Bundespresseamtes wurde für diesen Zeitraum gerade bearbeitet und stand daher nur eingeschränkt zur Verfügung.

² Vgl. dazu W. Süß, »Rationale Politik«, 2004. Auch Krevert hält sich in seiner Arbeit zur Geschichte der Politikberatung von Regierung und Parlament in seiner Zäsurbildung an die Legislaturperioden, so daß auch er die Große Koalition als eigenständige Phase und die Phase der Kanzlerschaft Willy Brandts als weitere eigene Phase (als Zenit der wissenschaftlichen Politikberatung) faßt. Vgl. P. KREVERT, Wissenschaftliche Politikberatung, 1993, S. 60 f.

lung eines zum Ausbruch kommenden Reformstaus, der mit überschwenglichen (gemeint: zu weit gehenden) Ideen von Reform konnotiert wird.³ An dieser Stelle scheint daher eine genauere Betrachtung der tatsächlichen Entwicklung der Politikberatung und ihrer Verarbeitung in den Institutionen als Verwissenschaftlichungsprozess angebracht, so daß der Mechanismus dieser Entwicklung im Kern freigelegt und von den verschiedenen inhaltlich begründeten Zäsuren und Ideengeschichten analytisch getrennt zu werden vermag. Am Ende wäre dann die Entwicklung der siebziger Jahre vielleicht nicht so sehr als Abbruch der Planungseuphorie zu deuten, wie der Blick auf das Vorhaben des Bundeskanzleramtes suggeriert, sondern als Verwandlung und Gewöhnung an eine andere Ausgestaltung politischer Abläufe, als Fortführung des Verwissenschaftlichungsprozesses mit anderen Mitteln.

Im Bundespresseamt vollzog sich nach der Gründung der Großen Koalition zunächst eine langsame Veränderung der Gegebenheiten. Bei dem Personal und in der Organisation des Amtes ergaben sich kaum Verschiebungen.⁴ Sichtbare Einschnitte gab es nur in den Bereichen, die als originär politisch galten. So wurde auf Drängen der SPD nicht nur die ADK als Vorfeldorganisation der CDU aufgelöst, sondern auch die Finanzierung verschiedener Angelegenheiten durch den Reptilienfonds beschnitten. Der Geheimfonds des Bundeskanzlers, der seit 1960 auf der Höchstmarke von 13 Millionen DM stagniert hatte, wurde 1967 auf acht Millionen gekürzt und der Kontrolle eines aus Mitgliedern aller Bundestagsfraktionen bestehenden Gremiums unterstellt, indem nun eine Ausweisung von Verwendungszweck und Empfänger erfolgen mußte.⁵ Auf diese Weise erwiesen sich Eingriffe in das Regierungssystem in Form von Mittelzuweisung und parlamentarischer Kontrolle als wirksam. Ganz ähnlich ging die SPD den Bereich der Meinungsforschung im Bundespresseamt an. Die Höhe der Mittelzuweisung blieb zwar 1967 gleich, aber die Verteilung auf die unter Vertrag stehenden Institute änderte sich langsam. Das Auftragsvolumen des IfD erhöhte sich zunächst in der monatlichen Vergütung, während das Institut andererseits aufgrund der Einschnitte im Reptilienfonds Einbußen hinnehmen mußte. Glaesser vergab Spezialaufträge wie gehabt an das IfD. Daß sich jedoch Veränderungen ankündigten, zeigte die Verkürzung der Laufzeit der Verträge auf ein Vierteljahr. Für Emnid änderte sich zunächst nichts. Die Zusammenarbeit wurde auch in den folgenden Jahren unauffällig und ohne finanzielle Abstriche fortgeführt.⁶

³ Diese Deutung existiert seit der zeitgenössischen Kritik an den verschiedenen organisatorischen Vorhaben. Vgl. z. B. grundsätzlich W. HENNIS/P. G. KIELMANSEGG/U. MATZ (Hrsg.), *Regierbarkeit*, 1977.

⁴ Vgl. für dennoch stattfindende vielfältige Reformbemühungen und -vorschläge seitens verschiedener Regierungssprecher bis hin zur »Rahmenplanung« Ende der siebziger Jahre H. O. WALKER, *Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung*, 1982, S. 305–381.

⁵ Zuvor erfolgte eine nicht zu veröffentlichende Überprüfung durch den Präsidenten des Bundesrechnungshofes. Vgl. ebd., S. 107 ff.; E. E. ZERBE, *Öffentlichkeitsarbeit in der Adenauer-Ära*, 2000, S. 44 f.; für Versuche der ADK, noch 1967 Geld bei der Bundesregierung einzuwerben, vgl. BA B 145/4041.

⁶ Vgl. z. B. die Organisation eines Empfangs für Emnid als Ausrichter der Welt-Gallup-Konferenz 1971 durch die Bundesregierung, BA B 145/5485.

Tabelle 5: Verteilung der Aufträge für Meinungsforschung im BPA auf verschiedene Institute 1966 bis 1983 (DM)

	1966	1967	1968	1969	1982	1983
IfD						
Trendumfragen	12×7 500	12×8 500	12×8 500	12×8 500	12×8 500	
Sonderaufträge	20 000	---	---	---	---	
Summe	110 000	102 000	102 000	102 000	102 000	700 000
Emnid						
Trendumfragen	12×3 500	12×7 500	12×7 500	12×7 500	12×7 500	
Sonderaufträge					10 000	
Summe	42 000	90 000	90 000	90 000	100 000	300 000
Infas						
Trendumfragen	---	6×5 000	12×8 000	12×8 000		
Sonderaufträge	---	34 000	76 000	60 000		
Summe		64 000	172 000	156 000	650 000	150 000
Infratest						
Trendumfragen	---	---	70 000	120 000	550 000	150 000
Sonderaufträge	---	---	8 140	---	---	---
Summe			78 140	120 000	550 000	150 000
Andere nur Sonder- aufträge	Wickert: 5 000 Wildenmann 22 000	Wickert 20 700	Wildenmann 25 000			

Quelle: Eigene Zusammenstellung aus Quellenbeständen des Bundesarchivs und veröffentlichten Quellen (Presse).

Die wichtigste Veränderung betraf die ›innere‹ demoskopische Konstellation im Bundespresseamt, denn die zwei bisherigen Institute verloren ihr Beobachtungsmonopol für die Regierung. Bereits in den Jahren zuvor waren vereinzelt Verträge auch an andere Institute gegangen, die jedoch hauptsächlich aus Zeitmangel oder sonstigen besonderen Bedingungen erfolgten. Hier setzte die SPD nun an, den Kreis der regelmäßig für das Amt arbeitenden Institute zu erweitern. Zunächst gelang ihr dies in Bezug auf Infas. Ab Juli 1967 unternahm das Institut für die Regierung monatliche Trendumfragen, die sich gemäß der von ihr unternommenen Untersuchungsreihe auf »Themen im Bereich der Außenpolitik« bezogen, dann aber auch auf allgemeine Trendfragen ausweiteten.⁷ Noch zu Beginn des Jahres war im Bundeskanzleramt an andere Institute wie Infas höchstens in Form von Sonderaufträgen gedacht worden, Ende 1967 lag es in der Vergütung mit anderen Instituten

⁷ Daß der Grund für diese Ausrichtung in der Besetzung des Außenministeriums mit Willy Brandt lag, ist zu vermuten. Andererseits ermöglichte diese Reihe eine Einordnung als Spezialauftrag, was die Finanzierung durch das Ausweichen auf einen anderen Etat erleichterte und somit die Ausrichtung nur zum Schein existierte. Vgl. Berichte in AdsD PV 1336; AdsD PV 1332.

gleichauf.⁸ Weitere Aufträge kamen hinzu, zumal Infas bestrebt war, sich den Bereich der wirtschaftspolitischen Umfragen zu erschließen.⁹ Außerdem konnte sich das Institut durch den Pressesprecher Heinrich Klein in das »Colloquium der Werbeberater«, eine ebenfalls für politischen Disposition stehende Einrichtung, einbringen. Hier wurden die Strukturen beibehalten und der neuen Machtkonstellation angepaßt. Das Colloquium, das beim Planungsbüro (Produktionsabteilung) organisatorisch angesiedelt war und als eine »Rückzugsbastion der Unionsparteien« galt, sollte demnach mit anderen Werbefirmen besetzt werden.¹⁰ Da als Kriterium eingeführt wurde, daß die Firmen eine eigene Forschungsabteilung vorzuweisen haben müßten, konnten Walter Scheele von Hegemann als langjähriger CDU-Berater ausgeschlossen und statt dessen Infas, später auch die iwag, eine Werbegesellschaft der SPD, und ARE aufgenommen werden. Infas erhielt neben den Trendumfragen eine weitere regelmäßige Einkommensquelle und übernahm nebenbei weitere Sonderaufträge für Werbemittel. Das Colloquium war aufgrund der gestiegenen Honorare attraktiv und bot eine gute Möglichkeit, Vorschläge für weitergehende demoskopische Forschung zu unterbreiten und sich frühzeitig ins Gespräch zu bringen.¹¹ Damit hatte sich Infas im gesamten Spektrum der demoskopischen Beobachtung und Beratung Ende 1967 im Bundespresseamt durchgesetzt.

Gleichzeitig scheiterte ein Versuch von Infratest, in die Meinungsforschung beim Bundespresseamt einzusteigen. Das Angebot einer umfassenden Beobachtung der Öffentlichkeitsarbeit der Regierung und Resonanztests zu Fernsehsendungen erfuhr zwar eine positive Reaktion, wurde aber aus finanziellen Gründen abgelehnt. Außerdem wurde dem 1967 und wiederum 1970 vorgelegten Plan einer allumfassenden Beobachtung der Öffentlichkeitsarbeit und der festen Beratung durch einen Zirkel von Beratern unterstellt, die Umfrageforschung institutionell monopolisieren zu wollen und eine irreführende Totalitätsphantasie zu verfolgen.¹² Dennoch wurden die Gespräche über ein Engagement des Instituts fortgesetzt.¹³ Anfang 1968 hatte Infratest zunächst Sonderaufträge aufgrund seiner spezifischen Kompetenzen

⁸ Vgl. Tabelle 5; Übersicht Vermerk Glaesser vom 28. 11. 1967, BA B 145/5472; zur Planung für 1967 Vermerk Glaesser am 20. 1. 1967 und zur Ausrichtung der Fragen Notiz (Rechtsreferat) vom 8. 5. 1968, BA B 145/5477; auch das Institut Wickert erhielt 1967 einzelne Aufträge, vgl. Vermerk Ahlers vom 4. 7. 1967, BA B 145/5473.

⁹ Es erhielt Ende 1967 eine Sonderumfrage für 50 000 DM zur Verbrauchermeinung und zum Verbraucherverhalten. Diesen Bereich baute es in den folgenden Jahren weiter aus, so daß auch das Institut für Wirtschaftsforschung (Ifo) Interesse an den Daten für sein noch in Planung befindliches Konjunkturbarometer zeigte. Vgl. zum Vertrag Ende 1967 Vorgang, BA B 145/4205; der Vorgang 1972 in BA B 145/5474.

¹⁰ H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 352.

¹¹ Vgl. zur Aufstellung neuer Regeln und Zusammensetzung BA B 145/6940; Unterlagen zur Durchsetzung der iwag BA B 145/4209; für Aufträge aus dem Kolloquium heraus an Infas und ARE BA B 145/5513; vgl. auch Korrespondenz BPA/Infas 1968 f., BA B 145/5474.

¹² Vgl. Vermerk von Glaesser am 13. 10. 1967, BA B 145/5474; Vermerk Manfred Koch am 27. 8. 1970 zu dem erneuten Angebot, BA B 145/5485.

¹³ Vgl. Vermerk von Ahlers am 9. 10. 1967 und von Glaesser am 16. 11. 1967, BA B 145/5474; Absage in Vermerk Glaesser am 28. 11. 1967, BA B 145/5472.

in der Fernsehforschung erhalten, die vom Bundeskanzler selbst nachgefragt worden waren. Der eigentlich vom ZDF vergebene Auftrag wurde daraufhin vom Fernsehsender zurückgezogen, um dem Presseamt die Umfrage zu ermöglichen.¹⁴ Aus diesem Anlaß und im Zusammenhang weiterer kleiner Sonderaufträge wurde auch erstmals eine Telefonbefragung eingesetzt, die schnell als Instrument einer beschleunigten Reaktionsbeobachtung erkannt und eingesetzt wurde, z.B. zum Wahlrecht Anfang 1968.¹⁵ Damit konnte sich Infratest mit Hilfe seiner spezifischen Kompetenzen und Methoden verankern, während Infas als das Institut der SPD Eingang fand und außerdem mit seinem sozialwissenschaftlichen Ansatz in die Konzeptualisierung der Überlegungen zur politischen Planung und wissenschaftlichen Fundierung der politischen Kommunikation paßte.

Das Interesse an neuen Instituten verband sich auf der einen Seite sichtbar mit der Verschiebung in der Machtkonstellation, während es gleichzeitig auf der anderen Seite veränderte Beobachtungsmechanismen des Bundespresseamtes anzeigte. Es reichte nicht mehr aus, eine Umfrage anzubieten mit Fragen, die bestätigende oder defizitäre Punkte in der Bewertung der Tätigkeiten von Bundesregierung und Opposition aufzeigten. Es mußte darüber hinausgehen, indem es sich entweder in die zunehmende politische Denkweise einer langfristig angelegten und kybernetischen, alle Eventualitäten bedenkenden Politik mit wissenschaftlicher Unterfütterung einpaßte oder zumindest eine besondere Kompetenz vorweisen konnte. Damit entwickelte sich die Beobachtung in die zwei entgegengesetzten Richtungen, einerseits auf langfristigen politischen Wandel hin angelegte Umfragen, die aus den Momentaufnahmen Informationen für länger geplante Handlungen destillierten, und andererseits auf aktuelle Umfragen zur Einschätzung der Lage. Gerade die Aktualität der Umfragen gewann weiter an Bedeutung, da die Reaktionszeit zur Bemessungsgrundlage der eigenen Handlungsfähigkeit erklärt und an eine Verbesserung der Selbstdarstellung gekoppelt wurde. Die Zunahme an Umfragen, deren weite Verbreitung in der Öffentlichkeit und die voneinander abweichenden Ergebnisse machten auf das jeweilige Befragungsdatum aufmerksam, aus dem die Differenzen und Besonderheiten erklärt wurden. In diesem Sinne wurde beispielsweise der zeitliche Arbeitsablauf der internen Aufbereitung und Verteilung von Umfrageergebnissen überprüft, um Kürzungen und eine schnellere Verteilung zu erzielen. Allerdings blieb es bei der alten Handhabung, da sich Glaesser erfolgreich gegen die Beschleunigungsversuche in Abwägung der Aussagesicherheit zur Wehr setzen konnte.¹⁶ Mit Blick auf die Umfragen, die als längerfristig nützlich, oder anders gesagt: als strategisch bedeutsam angesehen wurden, verhielt es sich anders, auch wenn hier ebenfalls auf schnelle Abwicklungen (hier aber auf Monate hinaus) gedrungen wurde. Diese Umfragen, die zu bestimmten Themenkomplexen angefertigt werden sollten, waren dazu bestimmt, eine andere Art von Information als zuvor zu liefern. Es

¹⁴ Vgl. Vorgang Januar 1968 in BA B 145/5474.

¹⁵ Vgl. Korrespondenz von Dohnanyi/BPA und Kanzlervorlage April 1968, ebd.

¹⁶ Vgl. Vermerk vom 28. 3. 1969 und Vermerk von Glaesser am 11. 4. 1969, BA B 145/5472.

ging hier nicht mehr um einzelne Aspekte, an denen eine Regierungshandlung verbessert dargestellt oder sonst wie ausgerichtet werden sollte, sondern um grundlegende Informationen, die nicht zielgerichtet auf die Erstellung einer Handlungsoption ausgerichtet waren.

Diese Arbeiten orientierten sich an einem kybernetischen Modell, in dem Technik und Planung als Maßstäbe einer rationalen Politik begriffen wurden und in dem den Sozialwissenschaften eine wichtige Leitfunktion für die Erkenntnis rationalen politischen Handelns unterstellt wurde. Verschiedene Zustände von Gesellschaft wurden als zusammenhängend begriffen, deren Verflechtung nur die Wissenschaft erklären und die einzelne Aspekte oder daraus folgende Maßnahmen berechenbar machen konnte. Dazu wurden auch bisherige Abläufe und Organisationsformen im Regierungsapparat infrage gestellt mit dem Ziel, alles zu verbessern, zu systematisieren, aufeinander abzustimmen und zu koordinieren. Dies geschah unter dem Eindruck, alles politische Handeln zerfasere in unterschiedliche und unverbundene Teilbereiche. Wissenschaftlich-systematisierende, orientierende Erkenntnisvorgänge sollten helfen, die Entwicklung zu revidieren und einen neuen Überblick zu gewinnen, um eine anscheinend verloren gegangene rationale Handlungsweise zurückzugewinnen. Diese Vorstellung führte dazu, daß gezielt nach zu überarbeitenden Ablaufmustern gesucht wurde. Erst durch diese geschärfte Aufmerksamkeit entstanden dann Lücken, in deren Folge der Handlungsbedarf konstatiert wurde.

Die Ideen zu einer anderen Gestaltung politischer Prozesse innerhalb der Institutionen waren damit kein plötzlich eintretender Effekt, sondern setzten sich langsam durch, um mit der Unterstützung des politischen Aufbruchs 1969 Sichtbarkeit zu erlangen. Die Festlegung dieses Entwicklungspfades geschah während der Großen Koalition.¹⁷ Dies läßt sich auch anhand der Nutzung der Meinungsforschung als sozialwissenschaftliche und rein instrumentelle Politikberatung nachvollziehen. Die nahezu ausgeglichene Machtverteilung in der Koalition sorgte für eine weitgehende Transparenz der Vorgänge in der Regierung und auch im Bundespresseamt, da die SPD ihre Ansprüche zum Informationszugang besser durchsetzen konnte als zuvor der kleine Koalitionspartner FDP. Während die FDP zwar qua ministeriellen Verteiler die Trendumfragedaten erhalten hatte, waren größere Erhebungen an ihr vorbeigegangen. Dies war in der Großen Koalition mit Blick auf die SPD nicht mehr ohne weiteres möglich.

Die gegenseitige Kontrollmöglichkeit innerhalb der Regierung sorgte für eine größere Vorsicht hinsichtlich der Beschaffung nur einer Seite dienlicher Informationen. Dazu gehörte auch die Demoskopie, deren Spezialaufträge auffällig gering ausfielen, denn 1967 bis 1969 wurden kaum Sonderaufträge erteilt. Eine Vorgehensweise wie zuvor wäre kaum denkbar gewesen. Während die CDU ihre strategische Umfrageforschung in das WIKAS auslagerte, blieb die SPD bei ihrer bisherigen Vorgehensweise. Abgesehen von wenigen, bereits genannten kleinen Sonderaufträ-

¹⁷ Vgl. für die ideengeschichtliche Entwicklung jetzt auch G. METZLER, Konzeptionen, 2004.

gen lief bis 1969 nur die Trendforschung bei gleichzeitiger Pluralisierung der genutzten Quellen. Die Ausnahme bildete ein großes Umfrageprojekt der Großen Koalition, das zugleich die zentrale Untersuchung der ganzen Legislaturperiode darstellt. An ihm sind auch die Besonderheiten der Großen Koalition zu erkennen, die die Bedeutung der Koalition als handlungsanleitend für die spätere Koalition und ihre demoskopische Planung deutlich werden lassen. Und betrachtet man die Verwissenschaftlichung als eine pfadabhängige Entwicklung, betrat die Große Koalition aufgrund der Summe ihrer verschiedenen besonderen Bedingungen und der generellen politischen Situation nahezu zwangsläufig den Weg zu einer planungsgesteuerten Bürokratie.

Das 1967 im Bundeskanzleramt ersonnene Forschungsprojekt »Möglichkeiten und Grenzen der Großen Koalition« wurde vom 1968 neu gebildeten Planungsstab des Amtes mit betreut, indem die Ergebnisse dem Planungsstab wie dem dazugehörigen »Wissenschaftlichen Sachverständigenrat«, bestehend aus sieben Hochschullehrern unterschiedlicher Disziplinen, vorgestellt wurden. Der Planungsstab war formal das erste, wie ein wissenschaftlicher Beirat funktionierende Gremium in der Bundesregierung, das sich nicht an der ministeriellen Funktionsweise ausrichtete und mit externen Beratern besetzt war.¹⁸ Jedoch wurde keines der üblichen Meinungsforschungsinstitute mit der Durchführung beauftragt. Statt dessen wickelte die Regierung auf ein universitäres und parteipolitisch nicht umstrittenes Institut aus, auf Rudolf Wildenmann und seinen Lehrstuhl. Wildenmann war zwar als gemäßigt konservativer Meinungsforscher bekannt, doch bislang nicht mit konkreter Politikberatung in Erscheinung getreten; seine Analyse der Wahlergebnisse 1965 für die CDU sowie seine persönliche Beratung des Bundeskanzlers Erhard waren unbekannt geblieben. Die ausgeglichene Machtsituation innerhalb der Regierung sowie die Unsicherheit über die Wahrnehmung und den Erfolg der Großen Koalition schufen die Bedingungen dafür, daß und in welcher Form diese Studie in Auftrag gegeben wurde. Wissenschaftlichkeit bot ein Reservoir für Legitimität und für Hilfe, einen Überblick über die unsichere Situation zu erhalten, zu der die allgemeine Politisierung und der Druck der Studentenbewegung weiter beitrugen. Mit dezidiert wissenschaftlich-unabhängigen Zahlen ließ sich außerdem innerhalb der Koalition wesentlich besser argumentieren und überzeugen als mit den Zahlen der als parteinah geltenden Institute, zumal auf diese Weise die Möglichkeit der gegenseitigen Delegitimierung durch den Vorwurf der Parteilichkeit der Institute unterbunden wurde. Außerdem bot diese Studie die Chance einer generellen Orientierung über die Reaktionen auf die Koalition und damit auf eine Abschätzung der Möglichkeiten, akzeptiert zu werden. Sie enthielt aber auch grundsätzlich die Option zu erfahren, welche Maßnahmen wie wahrgenommen, akzeptiert und welcher Partei zugerechnet wurden, um darauf aufbauend die nächste Wahl zu gewinnen. Dies war der

¹⁸ Er wurde abgelöst durch die Einrichtung einer Planungsabteilung, die die Arbeit des Stabes auch inhaltlich fortsetzte. Zur Geschichte, Arbeitsweise sowie Funktion des Stabes als Beratungsgremium sowie der Abteilung vgl. P. KREVERT, *Wissenschaftliche Politikberatung*, 1993, S. 86–98, 178–182.

Angelpunkt an der Studie, denn strategische Überlegungen darin unterzubringen hätte eventuell bedeutet, dem Koalitionspartner und Gegner die Linie des eigenen Wahlkampfes oder Angriffspunkte zu verraten. Um solche Einblicke zu verhindern, wurde ein möglichst allgemeines und im Sinne der wissenschaftlichen Politikberatung zum Zwecke rationaler Politik gehaltenes Studiendesign formuliert. Darin wurde das Projekt in drei unterschiedliche Teilprojekte aufgeteilt. Es handelte sich um eine große Bevölkerungsumfrage, eine gezielte Umfrage unter Meinungsführern und eine Medieninhaltsanalyse zu den Aktivitäten der Koalition. Die drei Teile sollten dann miteinander in Verbindung gesetzt werden, um Aussagen über die Bewertung der Regierung in verschiedenen Bevölkerungsgruppen an eine bestimmte Mediennutzung und deren Gewicht gegenüber der Meinungsbildung durch »opinion leaders« zu erhalten. Dazu wurden Gesamtkosten von 25000 DM veranschlagt und zudem eine Kooperation mit der Adenauer-Stiftung beziehungsweise mit deren Wissenschaftlichem Institut vereinbart, welches so eigene Teilfragen mit strategischer Ausrichtung (für 10000 DM) einbauen konnte.¹⁹

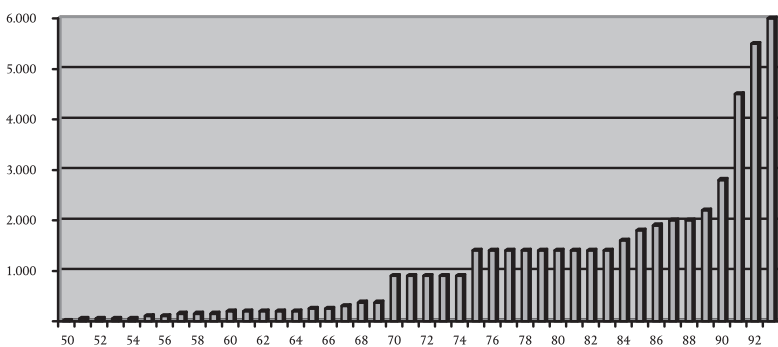
Bereits anhand der ersten Auswertung Wildenmanns zeigte sich jedoch wieder die für Politikberatung typische Divergenz der Interessen. Die Ausführungen Wildenmanns stellten aus Perspektive des Bundeskanzleramtes eine zu wissenschaftliche Analyse des Materials dar, klare Aussagen zur Hilfestellung wurden vermisst. Der Studie wurden daher flankierende Auswertungen an die Seite gestellt, um die Handlungsoptionen für die Große Koalition zu erhalten. Es handelte sich dabei um eine psychologische Betrachtung des Nationalbewußtseins in der Bundesrepublik und eine Analyse der innerdeutschen Beziehungen.²⁰ So zeigte sich, daß zwar auf Wissenschaftlichkeit Wert gelegt wurde, aber dies Argument nur auf die Verlässlichkeit der Erkenntnis bezogen war. Das grundsätzliche Erkenntnisinteresse war und blieb an politische Machtfragen gebunden und auf klare Hilfestellung zugunsten eines stimmenmaximierenden Entscheidungshandelns ausgerichtet. Und dies schien in der Großen Koalition aufgrund ihrer zweiseitigen Bewertung der Ausgangslage besonders angebracht zu sein. Mit näher rückendem Wahltermin begannen die Koalitionspartner, sich gegenseitig zu belauern und nach einem günstigen Ausgangspunkt für den Wahlkampf zu suchen.

Mit dieser Studie wurden Überlegungen zur politischen Kommunikation, deren Bewertung und mögliche Handlungsoptionen der beiden Parteien zur Auflösung der Koalition ins Zentrum gestellt, an die sich weitere Überlegungen zu inhaltlichen Fragen – anscheinend zweitrangig – anschlossen. Die Annäherung der Konkurrenten in einer Koalition hatte somit zu einer neuen Ausgangsbasis der Beobachtung und des sich daran anschließenden Wettkampfs um Zustimmung geführt. Wissen-

¹⁹ Es handelte sich um das zentrale WIKAS-Projekt »1 Jahr große Koalition«. Vgl. auch Kap. 2.3.c.

²⁰ Vgl. Wilhelm Lejeune (ehem. Kriegspsychologe), Das Unsicherheitsbewusstsein in der Bundesrepublik und seine Auswirkungen auf die Politik, 1967–1968, BA B 136/13486; dort auch eine Kurzfassung der Ausführungen von Walter Leisner (Jurist), »Handlungsmöglichkeiten der Bundesrepublik gegenüber dem anderen Teil Deutschlands«, BA B 136/13486.

Abbildung 1: Etatansätze für Meinungsforschung im Haushalt des BPA 1950 bis 1992 (TDM)



Quelle: Bundeshaushaltsplan, Einzelplan 04 »Aufgabenbereich des Bundeskanzlers« (Kapitel 0403, Titel 31 (bis 1954)/Titel 304 (bis 1969)/Titel 52604, eigene Zusammenstellung).

schaftliche Konzepte zur Erläuterung der Zusammenhänge von Massenmedien, Politisierung und politischer Steuerung erhielten Auftrieb. Jedoch stand nicht die Wissenschaftlichkeit im Vordergrund, wenn auch eine erhöhte Rationalität im Sinne einer höheren Effizienz diesen Maßstab vorgab. Aus der Sicht der politischen Akteure taten sie selber als Regierung zwar das Richtige, wurden aber falsch wahrgenommen, so daß die ›Vermittlungstätigkeit‹ stärker in den Blick geriet. So stellte Infratest fest, daß die Reformen, die schon längst umgesetzt worden waren, bei den Bürgern anders (fehlgeschlagen oder nicht durchgeführt) abgespeichert worden waren.²¹ Die Bemühungen um eine verbesserte Öffentlichkeitsarbeit lassen sich in den ersten Versuchen einer Reform des Bundespresseamts erkennen. In der Sekundärliteratur werden diese Versuche von Günter Diehl und später Conrad Ahlers in die Tradition der Bestrebungen eines Otto Lenz gestellt, ohne jedoch die veränderte mediale Situation zu berücksichtigen, auf die diese Umbaumaßnahmen reagierten und eine systematische Anpassung verfolgten.²² Die Beobachtungsideen und Bearbeitungsphantasien richteten sich Ende der sechziger Jahre damit aus vielfältiger Perspektive auf die Massenmedien. Dabei dürften Diskussionen über die Pressekon-

²¹ Vgl. Infratest, »Politische Psychologie, Teilbericht 3: Reformpolitik in der Bundesrepublik. Beurteilung des Erreichten«, Feb. 1975, Unternehmensarchiv Infratest.

²² Für die Beschreibungen der Reformversuche insbesondere von Günter Diehl vgl. H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 305–332, 364 f.; G. DIEHL, Politik und Presse, 1994, S. 501–512. Diehl verfolgte danach ebenso wie Ahlers den Weg einer vorsichtigeren, aber bestimmten Vorgehensweise zur Koordinierung und Systematisierung, bei dem die ökonomische Begründung (Kostensparnis) im Vordergrund stand: Vgl. z. B. Memorandum Diehls am 16. 5. 1969 zur »Öffentlichkeitsarbeit der Bundesministerien und des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung«, BA B 136/3912; für Ahlers' Versuche vgl. Unterlagen Juli 1970, ebd.

zentration²³ u. a. – ganz abgesehen von der rasanten Entwicklung des Fernsehens – die Wahrnehmung einer veränderten medialen Situation geschärft haben, wie auch die Anfragen Kiesingers zu seiner Wahrnehmung im Fernsehen, die zentrale Untersuchung zur Großen Koalition 1968 sowie auch Anfragen gerade zur ersten Fernsehsendung des ZDF mit rein demoskopischen Inhalt während des Wahlkampfes 1969 zeigen.²⁴ Die zeitliche Unmittelbarkeit des TV ließ die Telefonumfrage zur bevorzugten Methode einer beschleunigten Beobachtung sowohl der medialen Präsentationen als auch der generellen Meinungsentwicklung werden. Derweil wurde das Fernsehen selber zum zentralen Beobachtungsobjekt, an dessen spezifischen Bedingungen der Präsentation des Politischen die Aufmerksamkeit für die mediale politische Kommunikation schlechthin geschärft wurde.

Doch nicht nur das Bundespresseamt, sondern auch die Meinungsforschungsinstitute erkannten die medialen Veränderungen als Chance einer Ausweitung und boten – wie zum Beispiel Infratest – mit dem Zauberwort der »Erfolgskontrolle« ein Sicherheit und Erfolg versprechendes Konzept der überprüfbaren Öffentlichkeitsarbeit an. Dieses aus der Marktforschung stammende Konzept zur Überprüfung der Wirkung eingesetzter Werbung war bereits 1965 durch das »Colloquium der Werbeberater« ins Gespräch gebracht worden, damals allerdings ohne Resonanz.²⁵ In den Überlegungen zu einer besseren, wirkungsvolleren Öffentlichkeitsarbeit der Großen Koalition wurde es als systematisches Überprüfungsinstrument vor allem von einem neuen Mitarbeiter des Presseamtes beziehungsweise Planungsbüros nun forciert. Manfred Koch setzte sich für eine radikale Übertragung von Ansätzen aus der Marktforschung auf wissenschaftlichem Niveau ein. Dabei faßte er die Erfolgskontrolle als nur einen Teil eines Gesamtsystems der Öffentlichkeitsarbeit auf, die es mit wissenschaftlichen Methoden zu optimieren gelte. Er bemühte sich daneben um ein Programm zur systematischen Sekundär-Auswertung von Umfragen, um so die Verschiebungen der Meinungsbildung vergleichend untersuchen zu können. Dazu sollten Umfragen von verschiedenen Instituten zusammengetragen werden.²⁶ Koch zeigte sich begeistert von Elisabeth Noelle-Neumanns Überlegungen zu den Nutzungsvorteilen der Panelmethode.²⁷ Die Planung einer auf Jahre hinaus angelegten Erfolgskontrolle wurde wegen finanzieller Bedenken abgelehnt, denn der Vorschlag sah beinahe eine Verdoppelung der Mittel für die Meinungsforschung vor. Die Ideen

²³ Vgl. F. MELCHERT, Meinungsfreiheit, 2003; J. AUFERMANN (Hrsg.), Pressekonzentration, 1970.

²⁴ Vgl. für nähere Informationen zu der Sendung Kap. 5.3.a, S. 480; vgl. Vermerk Koch über die »Stichhaltigkeit der »Allensbach-Umfrage« für das Zweite Fernsehen«, am 25. 8. 1969, BA B 145/5476.

²⁵ Vgl. Sitzungsprotokolle des Kolloquiums im November 1965, Vorlage Hegemann, BA B 136/3911.

²⁶ Dazu trat Koch an die »Studiengruppe für Systemforschung« in Heidelberg heran, doch die Studie ließ sich aufgrund der hohen Kosten nicht verwirklichen. Vgl. Korrespondenz August–November 1968, BA B 145/5485.

²⁷ Vgl. Vermerk Koch am 8. 5. 1968, Vorschläge zur Finanzierung am 10. und 11. 6. 1968, Anfrage an Noelle-Neumann am 11. 7. 1968 und Angebot für Paneluntersuchungen des Instituts Marplan (Offenbach), ebd.

wurden zwar befürwortet, die Bemühungen um eine sichtbare Institutionalisierung durch einen eigenen Etat-Titel, wie Koch es vorgeschlagen hatte, jedoch wegen einer befürchteten Publizität und Überprüfbarkeit der Tätigkeit des Bundespresseamtes beziehungsweise der Bundesregierung gebremst. Die Öffentlichkeitsarbeit hätte selber zu einem Politikum und damit zu einem Teil der Politik werden können. Den Medien wurde damit verstärktes Interesse entgegengebracht, aber dieses Interesse sollte für sie nicht transparent gemacht werden, wie eine Überprüfungsschleife der »Erfolgskontrolle« es bedeutet hätte.²⁸ Damit war aber im Grunde der Zustand »gegenseitiger Beobachtung« erreicht, denn ob nun mit exakten Zahlen oder ohne, die Öffentlichkeitsarbeit der Regierung wurde als Teil der Politik seitens der Medien begriffen.

Ein Großteil der Mittel wurde entsprechend gewährt und so eine weitere Expansionswelle der Meinungsforschung ausgelöst, die sich jedoch erst in den folgenden Jahren niederschlagen sollte.²⁹ Für das letzte Drittel des Jahres 1968 konnte ein Panel eingerichtet werden, bei dem jedoch nicht das IfD zum Zuge kam, sondern Infratest. Das Institut erhielt eine Chance, da seine Telefonumfragen für den Bundeskanzler gut aufgenommen worden waren. Es konnte mit seinem neuartigen Telefonpanel, einer Verbindung der Telefonumfrage und der Panelmethode, überzeugen und den Zuschlag für die Erfolgskontrolle erhalten, obwohl der Gesamtvorschlag des Instituts auf Ablehnung gestoßen war. Im folgenden Jahr wurde das Telefonpanel dann vom Bundespresseamt als zusätzliche Beobachtung des Trends eingerichtet und auch den Bundesministerien zur Nutzung angeboten.³⁰ Im Gegensatz aber zu den herkömmlichen Trendumfragen sollte Infratest eine direkte Reaktion auf politische Entscheidungen und sonstige Geschehnisse ermöglichen, indem es durch ein kleines Sample von 600 Personen auf Repräsentativität verzichtete. So konnte es beispielsweise nach einer Fernsehsendung die Reaktion direkt erfassen und Stimmungstendenzen destillieren. Auf diese Weise sollte die nachfragende Stelle eine erste Bewertung der bis dahin erfolgten Öffentlichkeitsarbeit und einen groben Fingerzeig zur weiteren Vorgehensweise erhalten.

Auf diese Weise verdoppelte sich bis 1969 nahezu die Anzahl der beim Bundespresseamt eingehenden Berichte. Abgesehen von den vier Telefonumfragen pro Monat von Infratest erfolgten drei Trendumfragen, zu denen weitere aktuelle Zusatzaufträge hinzukamen. Die daraus erwachsende Flut an demoskopischen Informationen kündigte sich während der Großen Koalition mit der Erweiterung der unter Vertrag stehenden Institute an. Noch 1968 hatte Glaesser versucht, diese

²⁸ Das gestiegene Interesse zeigte z.B. die verschiedentliche Bezugnahme auf das Untersuchungsprogramm »Untersuchung der Auswirkung von Pressemonopolen«, Vermerk am 26. 6. 1968, ebd.

²⁹ Vgl. Vermerk zur Genehmigung der Mittel am 26. 6. 1968, ebd.

³⁰ Vgl. Interview mit Ahlers, Bericht aus Bonn (ARD) am 3. 1. 1969 (Pressedokumentation, ACDP); Memorandum von Diehl am 16. 5. 1969 zur Öffentlichkeitsarbeit, BA B 136/3912. Jedoch verhielten sich die Bundesministerien mit ihren Nachfragen aufgrund der fehlenden Repräsentativität zurückhaltend, meint H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 349 f.

Menge dadurch zu bewältigen, daß er die in den Verträgen festgelegte Anzahl an Berichten um nahezu die Hälfte senkte. Dennoch trafen aus Allensbach fast wöchentlich Auswertungen ein.³¹ In der Konkurrenz um die Gunst des Presseamtes beziehungsweise des Kanzlers standen die anderen Institute nicht nach; wöchentlich wurden zu den einzelnen Auswertungen mehrere Zusammenfassungen für den Bundeskanzler produziert. Diese Kanzlervorlagen stellten nach wie vor eine begehrte Informationsressource dar, da sie aufgrund ihrer Vertraulichkeit weiterhin mit geheimer Regierungspolitik assoziiert wurden. Ihre Kenntnisnahme suggerierte anscheinend immer noch eine Partizipation an den Geheimnissen der Macht, denn der Zugang zu dieser Information blieb umkämpft. Da die Nachfragen »sprunghaft« anstiegen, wurde der Verteilerkreis generell 1967 um die Staatssekretäre erweitert. Doch Glaesser konnte sich mit dem Vorschlag, auch Parlamentarische Staatssekretäre mit einzubeziehen und ebenso die Fraktionsvorsitzenden (mit den vollen Informationen) zu beliefern, nicht durchsetzen. So mußte er immer wieder verschiedenste Anfragen abwehren, wobei er ohnehin annahm, daß sich die Fraktionsvorsitzenden von anderer Stelle die Daten besorgen würden. Der Vorschlag wurde abgelehnt mit der Begründung, daß durch die Parlamentarischen Staatssekretäre der Verteiler noch durchlässiger würde, die Fraktionsvorsitzenden wurden nicht einmal erwähnt. Dabei gelangte ein Großteil der Ergebnisse bereits ohnehin an die Presse.³² Doch differenzierte sich der interne Umgang mit Zunahme der Datenmengen. Vertrauliche Umfragen, die tatsächlich als solche behandelt werden sollten, erhielt lediglich ein eng gefaßter Kreis, der hauptsächlich aus dem Kabinett bestand. Andere Umfragen wurden bedarfsgerecht weitergegeben, so daß der weite Verteiler monatlicher Trendumfragen (inklusive Sonntagsfrage) beispielsweise 1970 schließlich (mindestens) 66 Namen zählte.³³

Ähnlich differenzierte sich die Umgangsweise mit den Daten gegenüber der Öffentlichkeit weiter aus. Ab Mitte der sechziger Jahre war ein Anstieg der Nachfrage nach den Daten des Bundespresseamtes und auch der anderen Ressorts zu verspüren. Die Nachfrage mit den sich verbreitenden Kenntnissen über solche Umfragen wurde immer stärker; die Weitergabe wurde jedoch in vielen Fällen verweigert und

³¹ Für Vertragsänderung vgl. entsprechende Abfassung 1968, BA B 145/5477. So gingen vom IfD 1971 (Mai–Oktober) wöchentlich Berichte ein, die auch jedes Mal zu einer Kanzlervorlage verarbeitet wurden. Vgl. Übersichten für die einzelnen Institute BA B 145/6881, 6884 und 6886. Die Umfragen wurden nach Institut und fortlaufenden Nummern abgeheftet, so daß 1970 das IfD mit Band 41 und 42 weitaus mehr Berichte vorzuweisen hatte als Emnid, das 1970 erst bei Band 30 lag, während Infas 1971 bereits sechs Bände füllte. Allein in den ersten zwei Monaten des Jahres wurden demnach 186 Einzelfragen gestellt, die sich zu 39 Themen bündeln ließen (ohne Infratest). Vgl. Glaessers Registratur vom 27. 2. 1970, BA B 145/5472.

³² Vgl. Vermerk von Glaesser am 28. 7. 1967 sowie Anfragen, BA B 145/5472.

³³ Vgl. seine Notizen 1969, AdsD 2/PVAR000060. Die Verteiler sind auf den Deckblättern der Vorlagen jeweils verzeichnet. Der enge Verteiler umfaßte beispielsweise 1967/68 acht bis 14 Personen, 1970/71 lag er bei einem festen Personenkreis von 20 Namen plus Ausnahmen, vgl. BA B 145/4205; für den weiten Verteiler vgl. z. B. Angaben in BA B 145/6882. Allein aus dem BPA erhielten acht Personen die Umfragen.

auf nichtöffentliche wissenschaftliche Benutzung beschränkt, wie zum Beispiel in Diplomarbeiten.³⁴ Entgegen dieser Geheimhaltungstendenz wurden jedoch viele Daten publiziert, wenn auch nicht im Namen des Bundespresseamtes. So veröffentlichten weiterhin die Institute unter ihrem Namen die Daten, sie wurden aber auch direkt an das ZDF weitergegeben oder an eine Agentur wie dpa geleitet, mit der Bitte, den Auftraggeber der Studie nicht zu nennen. Damit wurde auch der stärkeren medialen Berichterstattung dadurch begegnet, daß mehr Daten herausgegeben wurden. Diese sollten die bereits publizierten Daten korrigieren, entzündeten aber auch – wie bereits gesehen – weiteres Interesse. Es wurde demnach eine auf Steuerung zielende Informationspolitik betrieben, wie sie bereits in den fünfziger Jahren angelegt war. Im Unterschied zu der Adenauer-Zeit wurde die Distribution jedoch durch das Bundespresseamt weitgehend eigen- und selbstständig vorgenommen. Ein weiterer Unterschied bestand in der kontinuierlich wachsenden Präsenz der Meinungsforschung in der Öffentlichkeit, die das Bundespresseamt dazu veranlaßte, die mediale Verarbeitung der demoskopischen Daten in allen Facetten zu beobachten: Die Diskussion um das Verbot, Umfragen kurz vor der Wahl zu veröffentlichen oder sie nur unter spezifischen Bedingungen von Angaben veröffentlichen zu dürfen, wurde ebenso beobachtet und kommentiert, wie die Berichterstattung im ZDF 1969 unter die Lupe genommen wurde.³⁵

Diese Umgangsweise änderte sich auch nach dem Machtwechsel 1969 nicht. Jedoch wurde nun intern die Organisation umstrukturiert und ein auch nach außen sichtbares Zeichen der Anerkennung der Demoskopie als wichtiges Instrument der Öffentlichkeitsarbeit im Bundespresseamt gesetzt, als die Nebenabteilung »Meinungsforschung« eingerichtet wurde. Damit wurde sie erstmals als Tätigkeitsbereich des Bundespresseamtes aufgeführt, auch wenn sie in der Betitelung des Haushalts nicht genannt wurde. Dies wurde in den folgenden Jahren beibehalten, auch als sie 1977 in die Abteilung III (Inland) wiedereingegliedert und in das Referat »Grundsatzfragen, Planung, Meinungsforschung« umgewandelt wurde. In dieser Form blieb das Referat dann bestehen.³⁶ Jedoch mußte sich die Nebenabteilung den Etat zur Meinungsforschung mit dem Referat »Erfolgskontrolle« teilen, das folgend in der Verwaltungseinheit »Produktion« (ab 1982 in der neu gebildeten Abteilung I: »Dokumentation, Datenverarbeitung, Dienste«) verblieb.³⁷ Manfred Koch erhielt 1970 den Betrag, der zuvor für Spezialaufträge vorgesehen worden war, nämlich ein knap-

³⁴ Vgl. für Anfragen und deren Beantwortung sowie im folgenden BA B 145/5472.

³⁵ Vgl. Vermerk am 18. 11. 1971 wegen zweier Publikationen zur Kontrolle politischer Meinungsforschung in der Juristischen Zeitschrift 1971 von Wolfgang Hartenstein und Gerhard Löwenthal, ebd.; vgl. Kap. 5.3.

³⁶ Dr. Dieter Just wurde Nachfolger von Wolfgang Glaesser und war während der gesamten achtziger Jahre dafür zuständig. Das Referat erhielt 1983 den Zusatz »Bundesländer«. Vgl. Organigramme bei H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, Anhang und W. KORDES/H. POLLMANN, Das Presse- und Informationsamt, 1983, S. 111.

³⁷ Vgl. W. KORDES/H. POLLMANN, Das Presse- und Informationsamt, 1983, S. 64f.; Organigramm bei H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, Anhang.

pes Drittel des Gesamtvolumens.³⁸ Mit dieser Aufteilung zwischen herkömmlicher Meinungsforschung und den Telefonumfragen von Infratest auf zwei verschiedene Abteilungen verbanden sich Mißverständnisse der Zuständigkeit für Meinungsforschung. Daran schlossen sich Unstimmigkeiten an, was bereits im ersten Jahr der Aufteilung des Etats zu Fehlschlägen führte. So blieb die zu einem zentralen Politikbereich erklärte Bildungspolitik ohne abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit. Bis die Mißverständnisse geklärt waren, war es zu spät, die begleitende Werbekampagne des Bildungsberichts noch mit Hilfe von Infratest planen zu wollen, mit dem zuvor bereits alle Fragen abgesprochen und ausgehandelt worden waren. Es waren Unklarheiten entstanden, da der Bereich der Mitsprachberechtigten stark ausgeweitet und mit widersprüchlichen Ansagen versehen worden war, so daß der Staatssekretär eingreifen mußte.³⁹

Die neue Machtkonstellation der sozial-liberalen Koalition sorgte für interne Verschiebungen in der demoskopischen Beobachtung. Statt zweier (nahezu) gleich starker Partner fand sich nun erneut die FDP als Juniorpartner ein, die nur geringe Ansprüche an Dienstleistungen wie Meinungsforschung stellen konnte und dies auch nur vereinzelt tat: Mit dem abwehrenden Hinweis, für eine FDP-Analyse brauche man für evidente Befunde ein größeres Sample und damit mehr Geld, wurde die FDP mit nur wenigen eigenen Umfragen abgespeist.⁴⁰ Die SPD war, wie zuvor die CDU, als Regierungspartei nicht darauf angewiesen, die Bedürfnisse des Regierungspartners oder gar dessen politische Empfindlichkeiten in Bezug auf Meinungsforschungsinstitute zu beachten. In den folgenden Jahren wurden daher bei einer gleichzeitigen Ausweitung des Budgets die Institute Infas und Infratest stärker in Anspruch genommen als zuvor. Dies zeigte sich bereits in der Auftragsvergabe für die Nachwahluntersuchung zur Bundestagswahl 1969, mit der Infas wenige Tage nach der Wahl beauftragt wurde.⁴¹ Der Umstrukturierung des Etats, die sich mit einer nochmaligen Verschiebung im bisherigen Gefüge der Institute fortsetzte, folgte eine Erhöhung der Mittel in den siebziger Jahren auf 1,4 Millionen DM. Dieser Vorgang ist jedoch nicht nur als reine Expansion zu verstehen, sondern teilweise auch als Verlagerung der Haushaltsmittel, die direkt nach der Einführung der Kontrolle des Reptilienfonds einsetzte.

Parallel zum weiteren Aufstieg von Infas wurden die Aufträge des Ifd reduziert, bis sich dessen Auftragsvolumen halbiert hatte; auch Glaessers Fürsprache erbrachte keine Verbesserungen.⁴² Der Bedeutungsverlust des Instituts für die Arbeit der

³⁸ Vgl. Vermerk Glaesser am 26. 5. 1970, BA B 145/5472.

³⁹ Vgl. für diesen Vorgang im Sommer 1970, BA B 145/5474.

⁴⁰ Vgl. Anfrage aus dem Außenministerium am 10. 2. 1972 und Vermerk dazu von Glaesser am 24. 3. 1972, BA B 145/5472.

⁴¹ Die Analyse sollte 160 000 DM kosten. Vgl. Vermerk am 14. 11. 1969; für den großen Auftrag zum Programm »Jugend und Politik«, das erst 1971 gestartet wurde und mehrere Jahre laufen sollte, vgl. Vermerke vom 17. 3. und 2. 4. 1970, BA B 145/5474.

⁴² Vgl. Aufzeichnung Glaessers zu den Wahlprognosen von Emnid und Allensbach am 2. 10. 1969, in der er sich für eine Fortsetzung beider Verträge aussprach, BA B 145/5472; weitere Briefe am 7. und 10. 11. 1969, BA B 145/5477; für Infratest vgl. Aufzeichnung Glaesser am 16. 11. 1967, BA B 145/5474.

Bundesregierung wird auch bei den Umfragethemen ersichtlich. Das IfD unternahm nur noch die Trendumfragen und aktuelle Fragen, die entweder als für die Regierungsarbeit irrelevante Zusatz-Information oder als Kontrolle aktueller Themen gedacht waren.⁴³ Demgegenüber erhielt Infas die zentralen und hochdotierten Untersuchungen zur (kommunikativen) Vorbereitung der Reformvorhaben der Bundesregierung, zunächst 1971 zur Innenpolitik, darauf folgend zur Außenpolitik.⁴⁴ Diese unterschiedliche Gewichtung zeigte sich auch in der unverändert verfolgten Veröffentlichungspraxis des Bundespresseamtes, in der eine spezifische Rollenzuweisung vorgenommen wurde. Die Publikation von Untersuchungen wurde für kurzfristig zu verwertende Daten im Bereich der Trendumfragen recht offen verfolgt, während Ergebnisse aus anderen Umfragen streng vertraulich behandelt wurden und seltener an die Öffentlichkeit drangen. Zum anderen beanspruchte das Bundeskanzleramt den exklusiven Zugang zu bestimmten Daten. Dies wurde jedoch aufgrund der nun fehlenden Verschleierungsmöglichkeit des Reptilienfonds schwieriger. Die Kritik von konservativer Seite an der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung entwickelte ähnliche Ansichten, wie es die SPD in den fünfziger Jahren getan hatte. Das »unbekümmerte Selbstverständnis« des Presseamtes sorgte außerdem dafür, daß die Öffentlichkeitsarbeit die Bahnen der bemühten Verwissenschaftlichung als Legitimierung wieder verließ und zur Handhabung wie vor 1966 zurückkehrte.⁴⁵ Jedoch waren die Selektionsmechanismen in der Berichterstattung der Medien insofern verändert, als die SPD nun an ihren eigenen Aussagen gemessen wurde, alles besser, durchsichtiger und nachvollziehbarer zu gestalten. Daraus ergab sich ein moralisches Dilemma für ihr Handeln. Die SPD befand sich in der Situation, selber durch ihre Kritik eine Unterscheidung der Vorgehensweisen als »integer« (keine Parteierwerbung) oder als moralisch verwerfliche »Propaganda« eingeführt zu haben, die nun auf sie zurückfiel. Diesem selbst produzierten Problem konnte sie aufgrund der medialen Beobachtung nicht entkommen, so daß die Frage, wie eine Regierung für sich werben dürfe, weiter schwelte. Der Streit zur rechtmäßigen Öffentlichkeitsarbeit wurde erst 1977 vom Bundesverfassungsgericht mit einem Urteil zur Öffentlichkeitsarbeit der Regierung geklärt, wenn auch nicht beendet, obwohl nach dem Urteil die lang geprobte Reform des Presseamtes tatsächlich umgesetzt wurde.⁴⁶ Das Urteil sorgte dafür, daß die Öffentlichkeitsarbeit fortan durch geheim

Bis 1971 konnte Infas den Wert seiner monatlichen Umfragen auf über 12 000 DM steigern, während sich das Jahresvolumen des IfD bei 100 000 DM einpendelte. Von diesen Kürzungen schien Emnid nicht betroffen gewesen zu sein. Vgl. für Auftragsentwicklung auch Tabelle 5, S. 254.

⁴³ Vgl. BA B 145/6884 und 6885.

⁴⁴ Vgl. Berichte in BA B 145/6882 und 6883.

⁴⁵ So auch H. O. WALKER, Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 1982, S. 50 ff., Zitat S. 50.

⁴⁶ Das Urteil sprach der Regierung eine Informationsaufgabe zu, die sich jedoch von Öffentlichkeitsarbeit für Parteien oder Parteiprogramme strikt zu trennen hatte. Da diese Trennungslinie grundsätzlich schwer zu ziehen ist, flammte der Streit um die Nutzung der Ressourcen im Presseamt v. a. durch die jeweilige Opposition nahezu gesetzmäßig wieder auf. Vgl. ebd., S. 49 ff., 64–68, 369–381.

gehaltene Memoranden koordiniert wurde. Diese beinhalteten grundsätzlich nur eine grobe Orientierung auf Vorhaben der Regierung und die damit zusammenhängende Informationsarbeit, deren Grundlagen fortgesetzt auf demoskopischen Angaben fußten.⁴⁷ Damit hatte sich die Planung von Öffentlichkeitsarbeit durchgesetzt, wenn auch auf niedrigerem Niveau als in den sechziger Jahren erhofft, während sich demoskopisch nichts geändert hatte.

Bei all den strukturellen Ähnlichkeiten zur Vorgehensweise der CDU findet sich jedoch auch ein markanter Unterschied, der sich insbesondere in der Meinungsforschung der Bundesregierung niederschlug: Das Verhältnis zwischen Bundesregierung und Parteizentrale war ein anderes als bei der CDU. Ohne dabei die Hintergründe dieses Unterschieds, die Stärke und Positionierung der Parteizentralen, näher zu beleuchten, wird beim Blick auf die demoskopische Praxis ab 1969 deutlich, wie weit die Parteioorganisation der SPD in die Regierungsarbeit eingriff oder dies zumindest versuchte. Wenn sich auch der Aufstieg von Infas über Parteinähe und das Zugeständnis in der Großen Koalition zum neuen Partner erklären läßt, so wenig erklärt sich dadurch der anschließend erfolgende Aufstieg von Infratest.

Der Bundesvorstand der SPD erhielt seit 1967 über verschiedene Wege die Umfrageergebnisse aus der Bundesregierung. Hier wurden vor allem Kurzgutachten zu den verschiedenen Kanzlervorlagen, insbesondere die vielen Vorlagen des IfD, einer genauen Beobachtung unterzogen und zumeist sehr kritisch bewertet.⁴⁸ Diese Bewertungen und damit verknüpften Sichtweisen gelangten über die Personalunion von Kanzleramt und Parteivorsitz und durch Beraternetzwerke ab 1969 in die Bundesregierung. So besaß Wolfgang Ernst (Infratest) einen Beratervertrag mit dem Bundeskanzleramt und konnte hier Überlegungen zur Bearbeitung der Meinungsbildung steuern und entsprechende Umfragen vorschlagen. Auch durch personelle Wechsel aus der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesvorstands in den Regierungsapparat wurde die demoskopische Sichtweise »synchronisiert«. Eingriffe erfolgten konkret von außen, indem zum Beispiel der Bundesgeschäftsführer der SPD einen leitenden Mitarbeiter des Bundespresseamtes auf »überflüssige« Studien vor allem von Emnid und dem IfD hinwies und die eigenen bevorzugten Institute Infas und Infratest entlang der Argumentation politischer Verwertbarkeit unterstützte.⁴⁹ Mit diesem Transfer wurde die Konkurrenz zwischen Infas und Infratest in die Demoskopie des Bundespresseamtes hineingetragen und teilweise die Institute als Instrumente interner politischer Auseinandersetzung in Stellung gebracht. Es entwickelten sich geradezu verschwörungstheoretische Ideen zu Vorteilsnahmen des jeweiligen Instituts durch die Befürworter des jeweils anderen Instituts.⁵⁰ Damit verbunden wurde dann sowohl der seit dem Sturz Willy Brandts befürchtete schwindende Einfluß der

⁴⁷ Vgl. ebd., S. 375–379.

⁴⁸ Diese Kurzgutachten füllen ganze Aktenordner. Vgl. AdsD PV 13899.

⁴⁹ Vgl. Brief Börner an Norbert Burger vom 23. 11. 1973, ebd. Vgl. auch Kap. 3.5.c.

⁵⁰ Vgl. z. B. den Vorwurf, daß angeblich Infas einen größeren Spielraum für Trendumfragen erhalte, nur um den Etat und damit den unterstellten Einfluß von Infratest zu drücken, Korrespondenz in AdsD, WBA, SPD 114.

Parteizentrale auf den Regierungsapparat als auch die reduzierte Möglichkeit zur Eigennutzung der durch Infratest bereitgestellten Ressourcen. Überlegungen dieser Art deuten jedoch darauf hin, daß es weiterhin eine enge demoskopische Verbindung zwischen Parteivorstand und Regierung gab und daß der Einfluß der Meinungsforschung auf die Formulierung von Politik als hoch eingeschätzt wurde.

Bis zu dem Zeitpunkt hatte die Meinungsforschung ihre stärkste Expansionsphase seit ihrer Etablierung zu Beginn der fünfziger Jahre erlebt. Während Infas große Untersuchungsreihen und Spezialaufträge für die Untersuchung einzelner Zielgruppen erhielt, wurde auch Infratest verstärkt eingesetzt. Ab 1970 wurde intensiv über eine gemeinsame Finanzierung der Meinungsforschung für die SPD durch den Parteivorstand und das Bundeskanzleramt nachgedacht. Die Umfragen wurden über das Bundespresseamt ohne Beteiligung der SPD finanziert, auch wenn sich diese in den folgenden Jahren an die größeren Infratest-Umfragen der Bundesregierung mit eigenen Fragen anschloß.⁵¹ Das sogenannte Basisprogramm von Infratest war als generelle und gegenwärtige Orientierung sowie als Grundlage für weitere Spezialuntersuchungen gedacht. Die Ergebnisse sollten in größerem Zeitabstand an die Opposition weitergegeben werden, die inzwischen ohnehin stärker mit demoskopischen Informationen versorgt wurde. Jedoch beschränkte sich dies oft auf als irrelevant oder veraltet erachtete Daten, so wie ohnehin spätestens Anfang der 1970er Jahre in allen Parlamenten der Bundesrepublik interne Abkommen über die Weitergabe demoskopischer Daten von der Regierung an alle Fraktionen getroffen wurden. Schließlich wurde Infratest mit dem Aufbau eines »Politikbarometers« beauftragt, um Trendbeobachtungen durchzuführen, aber auch darauf aufbauend generelle Interpretationen anzufertigen. Es wurden zehn Monatsberichte pro Jahr produziert, die Fragen über Präferenz, Politiker, Parteien und »Issues« (Themen/politische Probleme)⁵² enthielten. Zudem entstanden Vierteljahresberichte, die sich neben Wahlabsichten mit Fragen der Wirtschaft, generellen Beurteilungen im Zeitverlauf, generellen Bewertungen von Politik u. ä. beschäftigten. Damit wurden erstmals systematisch Zusammenfassungen über einen »längeren« Zeitraum produziert, wobei die Untersuchungen grundsätzlich als Zeitreihenanalyse angelegt wurden.⁵³ Hier setzte sich demnach eine als Innovation ausgegebene zeitliche »Erweiterung« der Beobachtung als neuer Maßstab durch.

Der in den Trendumfragen breit angelegte Blick auf die gesamte politische Entwicklung und die umfassende Beobachtung von Einstellungen wurde nach den guten Erfahrungen mit Infratest 1972 nochmals erweitert. Da die bisherigen Erklärungen zum Wahlverhalten allmählich an Bedeutung zu verlieren schienen und die Wählergruppen beziehungsweise gesellschaftlichen Schichten als im Wandel befind-

⁵¹ Vgl. Notizen zur Etatplanung, November 1970, AdsD PV 14402.

⁵² Vgl. insbesondere zu der Verarbeitung von Themen Kap. 4.2.c.

⁵³ Vgl. für die Überlegungen zur Ausweitung Brief und Vermerk von Peter Hoschka (Bundeskanzleramt) an Infratest (Werner Sörgel und Horst Becker) über »Jahresbesprechung«, Umstellung und langfristige Beobachtung durch Politik-Barometer, 19. und 22. 2. 1973, Unternehmensarchiv Infratest; »Basisprogramm Infratest Politikbarometer«, AdsD PV 14402.

lich diagnostiziert wurden, hatte die Wahlforschung Ende der sechziger Jahre stark zu wachsen begonnen und mit der Gründung der Forschungsgruppe Wahlen 1972 einen vorläufigen Höhepunkt erreicht. Es schien also angebracht, sich grundlegende Gedanken zur Wahlforschung zu machen, um nicht den Anschluß an die Forschung oder gar an die Gedanken und Bedürfnisse der Wähler zu verlieren. Hinzu kam in der politischen Meinungsforschung die Konjunktur der Zielgruppenforschung, die zum Zwecke einer besseren Ansprache einzelner Gruppen mit Untersuchungen zu deren Mediennutzung verbunden wurde. Die Definition von Wählergruppen nach sozialstatistischen Verfahren schien demnach veraltet. Ganz in diesem Sinne hatte die »Qualität des Lebens« ein zentrales Element für die Gestaltung des Wahlkampfes 1972 dargestellt und sollte nun weiter verfolgt werden.⁵⁴ Vor diesem Hintergrund bereits erfolgter Untersuchungen und weiterer Überlegungen wurde 1973 im Bundeskanzleramt mit Infratest das mehrjährige Projekt »Politische Psychologie« vereinbart, das auf den Überlegungen zur demoskopischen Arbeit beruhte.⁵⁵

Das Programm und die Gewichtsverlagerung in den Untersuchungen der SPD deuteten darauf hin, daß die qualitative Erforschung von Meinungen und Ansichten eine größere Bedeutung erhielt. Die Studie knüpfte vor allem an die erfolgreichen psychologischen Untersuchungen mittels Gruppendiskussionen im Wahlkampf an. Den Wertorientierungen und Erwartungen wurden im Rahmen des feststellbaren Wertewandels größere Bedeutung zugemessen und sie zu Grundlagen einer noch feineren Abstimmung auf sich weiter ausdifferenzierende Zielgruppen gemacht. Mit dem Projekt »Politische Psychologie« wurde eine generelle Neubewertung der Erklärungsansätze der Wählerforschung und Wahlforschung bezweckt mit dem Ziel, eine dem gesellschaftlichen Wandel angepaßte Erklärung für das Wahlverhalten zu entwickeln. Es sollte eine neue Wählertypologie erarbeitet werden, die als Grundlage der weiteren Meinungsforschung dienen sollte. Dazu wurden die Trendbeobachtungen ausgeweitet sowie durch Spezialauswertungen ergänzt. Dabei griff Infratest das Verfahren der Faktorenanalyse auf, das als nützlich für die Gewichtung einzelner Variablen galt und nun mit der bereits zuvor eingesetzten »Segmentationsanalyse« zur Bestimmung von Zielgruppen kombiniert wurde. So wurde die utopische Überlegung der frühen sechziger Jahre, das Wahlverhalten nach seinen relativen Faktoren zu bestimmen, wie es auch bereits die CDU angestrebt hatte, hier verwirklicht und für die Neudefinition der Wählergruppen umgesetzt. Dieses Verfahren bot sich zudem an, weil Infratest zu einem großen Teil seine Kompetenzen im Bereich der Mediennutzungsanalyse und der psychologischen Erkundung der Wählermeinung besaß. Die Verschmelzung von sozialstatistischen Verfahren mit qualitativen, psychologischen Verfahren führte zu einem sozialpsychologischen Ansatz zur Bestimmung von Wählergruppen. Die in der Marktforschung längst etablierten psychologischen Verfahren wurden so auf den politischen Bereich übertragen. Infra-

⁵⁴ Vgl. ebd.

⁵⁵ Vgl. für Typologieforschung bei Infratest auch K. BACHERER, Infratest, 1987, S. 250. Vgl. Korrespondenz mit verschiedenen Instituten März–Mai 1972, BA B 145/5475.

test schuf damit in einem ersten Ansatz Ende 1973 eine sozialpsychologisch definierte Typologie. Diese wurde in Assoziationstests in mehreren Schritten anhand einer multivariaten Faktorenanalyse entwickelt und in den folgenden Jahren ausgebaut. Die Haltungen gruppierten sich um politische Ausrichtungen, die mit Verhaltensmustern kombiniert wurden. Die faktorenanalytische Berechnung wurde anschließend an Trendumfragen regelmäßig geprüft, um auf diese Weise Aufschluß über die Mobilisierungsfähigkeit einzelner Gruppen durch verschiedene Ereignisse beziehungsweise durch die CDU zu kontrollieren.⁵⁶ Dazu wurden Abwanderungsquoten auf ihre Zusammensetzung entsprechend den Typen untersucht und Gründe ihres Verhaltens aus den spezifischen Erwartungshaltungen an Politik abgeleitet. Anfang 1974 wurde beispielsweise das Abrücken von der SPD mit enttäuschten Erwartungen von »Pessimisten« und »Autoritären«, deren Zweifel an der Autorität der Regierung wiederum auf den wirtschaftlichen Trend bezogen wurden, erklärt. Daraus ging die Empfehlung hervor, die Erwartungen herunterzuschrauben – gleichzeitig wurde aber darauf verwiesen, daß dies kaum gelingen könnte, da Ansprüche bestehen blieben.⁵⁷ Daneben wurde die Typologie für Spezialuntersuchungen eingesetzt, die z. B. eigene Typen der Reformbereitschaft hervorbrachten.⁵⁸ 1976 wurde die im Auftrag des Bundeskanzleramts entwickelte Wählertypologie erstmals der Wahlkampfplanung der SPD zugrunde gelegt. Doch im Kontext des Kanzlerrücktritts und der Landtagswahlen wurden 1974 diese Untersuchungen eingedampft. Vielmehr standen plötzlich auftretende Fragen, Diskussionspunkte und Probleme in der Erklärung des Wählerverhaltens im Vordergrund. Dennoch trieb das Institut die qualitative Forschung in der Demoskopie als Ausarbeitung einer neuen Wählertypologie nach sozialen, mentalitären und psychologischen Kriterien im (längerfristigen) Auftrag der Bundesregierung weiter voran.

Ende 1976 hatte sich die Meinungsforschung sowohl im Bundeskanzleramt als auch im Bundespresseamt auf hohem Niveau stabilisiert. Die politischen Entwicklungen wie die Entführungen durch die Rote Armee Fraktion führten jedoch zu einem höheren Interesse an kurzfristigen Umfragen, die von Studien zur generellen Information über Fragen des Terrorismus ergänzt wurden. Auf diese Weise hatte sich ein ausbalanciertes System von kurzfristigen »kleinen« Umfragen und großen Studien entwickelt, bei dem die kurzfristigen Umfragen immer größere Bedeutung bei der Beobachtung der gesamten politischen Lage und aktueller Ereignisse einnahmen, indem die bis dahin monatlich erfolgenden Trendumfragen auf wöchentliche, jetzt repräsentative Telefonumfragen umgestellt wurden. Infas wurde Anfang 1976 damit beauftragt, während gleichzeitig die bereits von Infratest unter dem Titel des »Politikbarometers« geführte wöchentliche Umfrage gekürzt wurde. Diese Um-

⁵⁶ Vgl. für eine nähere Beschreibung des Verfahrens Kap. 4.2.b; erstmalige Vorstellung der Typen und Beschreibung der Methode in Infratest, »Politische Psychologie. Teilbericht 1: Wählermeinungen und Einstellungen«, Mai 1974, Unternehmensarchiv Infratest.

⁵⁷ Vgl. ebd., S. 20f.

⁵⁸ Vgl. als Beispiel Infratest, »Politische Psychologie. Teilbericht 3: Reformpolitik in der Bundesrepublik. Beurteilung des Erreichten etc.«, Februar 1975, Unternehmensarchiv Infratest.

stellung auf wöchentliche Trends war die letzte größere Veränderung in der Meinungsforschung im Regierungsapparat. Sie verschlang einen noch größeren Teil des Etats als zuvor. So gewann die gesamte demoskopische Beobachtung einen noch stärker reaktiven Charakter und schränkte gleichzeitig den Spielraum zur vorausschauenden Planung ein. Damit hatte sich die jeweilig kurzfristigere und in immer kürzeren Zeitabständen stattfindende Beobachtung der Wahlbevölkerung als wirksame Strategie auch für die Institute erwiesen, demoskopische Politikberatung auf dauerhafte Füße zu stellen. Einzelne Großaufträge mußten schließlich immer neu eingeworben werden und waren in ihrer Genehmigung im schlimmsten Fall von der Haushaltslage abhängig. Auf Dauerbeobachtung konnte die Politik nicht verzichten, wenn sie nicht gleichzeitig eine Selbstbeobachtung durch die Einschätzung der Bevölkerung aufgeben wollte. Zudem mußte sie sich der Beschleunigung in der Erstellung von Umfragen als auch der vermehrten und schnelleren Berichterstattung anpassen und damit auf mediale Kommunikation reagieren.

Auf diese Weise wurde die Planung durch Demoskopie Mitte der siebziger Jahre zurückgedrängt, aber dennoch eine steuernde Planung, vor allem in spezifischen Politikfeldern, aufrechterhalten. Dort traf sie auf die ersten Spuren verwissenschaftlichter Politik.⁵⁹ Insgesamt wurde damit noch mehr Meinungsforschung in Auftrag gegeben als zur Zeit der ›Planungseuphorie‹. Die großen Umfrage-Projekte der Großen und der sozial-liberalen Koalition erscheinen damit nur als Ausnahmen einer generellen Entwicklung zur Expansion der Demoskopie. Die Demoskopie verfestigte sich mit einer gewandelten Struktur als vieldimensionale Trendbeobachtung mit vielen thematischen, aber im Ausmaß kleinen Studien. Mitte der siebziger Jahre war in dieser Perspektive lediglich eine weitere Expansionsphase der Meinungsforschung beendet, die in dem erreichten Umfang Bestand hatte. Erst beim Machtwechsel 1982 veränderte sich das Gefüge gemäß der neuen politischen Ausrichtung, als das Untersuchungsvolumen des IfD um das siebenfache anwuchs und Infratest das Nachsehen hatte.⁶⁰ Ob sich mit der CDU-Regierung jedoch eine erneute zyklische Lern- und Konjunkturphase mit entsprechenden Phantasien von Beobachtung und Steuerung verband, läßt sich aufgrund des fehlenden Quellenzugangs nur vermuten. Jedoch ist zu konstatieren, daß nicht nur die erste Phase der demoskopischen Etablierung im Regierungsapparat der Meinungsforschung insgesamt zu einer Festigung ihrer Existenz führte, sondern die zweite Phase zu ihrer Ausdehnung und Pluralisierung beitrug, indem das Bundespresseamt weitere Institute heranzog und ihnen ein Experimentierfeld für eine Weiterentwicklung der Demoskopie bot.

⁵⁹ Vgl. zu der Problematik L. RAPHAEL, Die Verwissenschaftlichung des Sozialen, 1996; W. BONSS, Empirische Sozialforschung, 1982.

⁶⁰ Vgl. die darauf folgende Auseinandersetzung durch Briefe der Institutsleiter, die in dem Branchendienst *Context* erschienen, wiederabgedruckt in K. BACHERER, Infratest, 1987, S. 430; vgl. auch »Alte Freunde«, *Der Spiegel* Nr. 1 vom 3. 1. 1983; »700 Mille für Noelle-Neumanns ›irrsinnige Kontakte?«, *taz* vom 17. 12. 1982; Interview mit Erwin K. Scheuch, »Haushaltsmittelzuweisung an demoskopische Institute« im *Mittagsmagazin* (ZDF) am 14. 12. 1982, 13.45 Uhr (Pressedokumentation).

5. Deutungskampf zwischen Sozialstruktur und Lebensstil: Auswirkungen demoskopischer Beobachtung konkurrierender Institute 1968–1990

Nach dem Wechsel der SPD in die Regierungsverantwortung veränderte sich die bisherige demoskopische Arbeitskonstellation für die Partei. Infas verlor seine Position als wichtigstes demoskopisches Institut an Infratest. Im folgenden Kapitel soll den Fragen nach der Arbeitsweise, dem Selbstverständnis und den damit verbundenen Argumentationsweisen und Mustern zur Durchsetzung von Infratest bei der SPD nachgegangen werden. Diese Fragen implizieren auch einen Vergleich zur Zeit davor und mit der parallel laufenden Arbeit von Infas, das ebenfalls weiterhin betrachtet wird. Es soll in diesem Zusammenhang geklärt werden, wie die Institute und die SPD sich zueinander verhielten und welche Auswirkungen die neue Zusammenarbeit für die politische Kommunikation sowohl intern als auch extern für die SPD besaß, insbesondere auch in Zeiten politischer Polarisierung außerhalb wie innerhalb der SPD. Dabei muß auch der neue Status der SPD als Regierungspartei beachtet werden, da sich die Fragen zwar weiterhin um Stimmenmaximierung, aber ab 1969 von einer anderen Warte aus drehten. Außerdem änderten sich die Arbeitsverhältnisse, da nun nicht mehr nur Partei und Fraktion programmatisch tonangebend waren, sondern die Regierungsverantwortung die Formulierung der Politik um eine Instanz »erweiterte«. Es wird daher gefragt werden, wie sich die Arbeitsökonomie des Parteivorstandes unter diesen Bedingungen veränderte. Besonderes Augenmerk wird auf die demoskopische Beobachtung von Infratest zwischen 1969 und Mitte der siebziger Jahre gelegt. Das Ende der sechziger Jahre wird darüber hinaus besonders beachtet, da hier die neue Arbeitskonstellation entstand und bereits die neue Position der SPD als Regierungspartei (und eben nicht mehr als Opposition) zum Tragen kam. Dazu werden zuerst das sich wandelnde Arbeitsprofil der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und die Veränderungen im Zusammenhang mit sich ändernden medialen Bedingungen betrachtet.

a) *Verwissenschaftlichung, Akademisierung, Professionalisierung: Demoskopische Arbeitsorganisation in der SPD 1968–1990*

In der zweiten Hälfte der sechziger Jahre verschob sich die bis dahin eingespielte Zusammenarbeit zwischen dem Parteiapparat und Infas. Eine staatlich abgesicherte Parteienfinanzierung und das Anwachsen der Mitgliederzahlen sorgten dafür, daß der Apparat auf der sicheren Grundlage einer doppelt anwachsenden Finanzierung ausgebaut wurde. Zuzüglich der personellen Rochaden aufgrund des Wechsels von der Oppositionsbank in die Regierung veränderte sich die Zusammensetzung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit ab 1968. Nachdem zunächst eine Erweiterung durch ein Redaktionsbüro erfolgt war, fand zwischen 1967 und 1969 ein kompletter personeller Wechsel auf der Leitungsebene statt, in dessen Folge weitere junge Akademiker in die Öffentlichkeitsarbeit einrückten. Dieser Wechsel ging mit einem ge-

nerellen Wandel der bei der SPD Beschäftigten einher: 60 Prozent der Mitarbeiter wurden zwischen 1969 und 1976 neu eingestellt.¹

Zunächst wurde zur Schaffung einer parteipolitischen Führungsgestalt jenseits der Regierungsmitglieder und der Fraktion der Posten des Bundesgeschäftsführers eingerichtet. Er wurde 1968 mit Hans-Jürgen Wischniewski besetzt; 1971 folgte ihm Holger Börner. Wischniewskis Pressereferent (aus seiner vormaligen Zeit als Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit), Dr. Werner Müller, übernahm die Leitung der Abteilung von Karl Garbe. Im Rahmen des Wahlkampfes 1969 wurde die Abteilung durch einen direkt auf Brandt zugeschnittenen beratenden Zirkel sowie durch Vertreter aus Ministerien unterstützt. Zu letzteren zählte der spätere Leiter der Abteilung, Albrecht Müller, der für Karl Schiller Reden schrieb. Er folgte auf Werner Müllers Platz, als dieser 1969 ins Bundespresseamt wechselte. Der Wirtschaftshistoriker Albrecht Müller blieb drei Jahre Leiter der Abteilung, bevor auch er 1973 in die Regierung wechselte. Für den Wahlkampf 1972 holte er zwei weitere junge Akademiker, Henning von Borstell und Volker Riegger, beide wie Müller von der Münchener Universität kommend, in die Parteizentrale.² Auf diese Weise ging die bis dahin existierende Tradition der Besetzung der Öffentlichkeitsarbeit mit Journalisten aus der Sozialdemokratie zu Ende, auch wenn zuvor bereits mit dem Werbefachmann Karl Garbe der Versuch, Veränderungen herbeizuführen, unternommen worden war. Die neuen Mitarbeiter brachten neue Ideen ein, die sich heftig mit alten Formen der (Zusammen-)Arbeit stießen.

Ende der sechziger Jahre hatte sich eher unbemerkt ein neues Anforderungsprofil für die Bearbeitung der Öffentlichkeit herausgeschält. Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit war für alle vorbereitenden Tätigkeiten in Bezug auf die Werbung beziehungsweise Selbstdarstellung der Partei zuständig. Dazu gehörte, wie zuvor auch, die Zusammenarbeit mit den Meinungsforschungsinstituten von der Konzeptionierung bis zur Präsentation des Endberichts und den Empfehlungen zur Nutzung.³ Um die Öffentlichkeitsarbeit der systematischen Beurteilung zuzuführen, wurde ähnlich dem Bundespresseamt das Konzept der Erfolgskontrolle eingeführt, das lediglich die Aufgaben quantitativ ausweitete, da hier die Institute die von ihnen initiierten oder vorbereiteten Kampagnen und Werbemittel systematisch überprüften. Die Ausweitung der Umfragen auf alle erdenklichen Sektoren, der quantitative Anstieg der Berichte und die vielfältige Publikation der Daten gaben der Meinungsforschung eine neue Bedeutung und den Mitarbeitern mehr und neue Arbeit. Die Ab-

¹ Vgl. für Redaktionsbüro Beschluss in der Vorsitzendenbesprechung am 23. 9. 1966; für Mitarbeiterzahlen vgl. SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Jahrbuch SPD 1975–1977, 1977, S. 219 f.; auch K. SCHÖNHOFEN, *Wendejahre*, 2004, S. 197 ff.

² Borstell (Studium der Wirtschaftsgeschichte) war Assistent am finanzwissenschaftlichen Lehrstuhl der Universität München gewesen und nebenbei Mitarbeiter der Kommission Bodenrecht am Parteivorstand; Volker Riegger war nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre und der Publizistik Assistent am wirtschaftshistorischen Lehrstuhl in München geworden. Vgl. Lebensläufe in AdsD PV 13817; Vermerk A. Müller an Börner am 11. 2. 1972, AdsD PV 13897.

³ Vgl. die Entwicklung der über hundertseitigen Wahlkampfkonzeption 1972: AdsD PV 14473.

teilung Öffentlichkeitsarbeit übernahm eine Informations- und Gutachtertätigkeit für die politischen Akteure und erbrachte eine verstärkte Vorlagenarbeit für die Gremiensitzungen, um den Überblick über die vielen verschiedenen Umfragen zu systematisieren und diese in methodisch-qualitativer Hinsicht zu beurteilen. Auf diese Weise ging die vormals durch Infas erledigte oder betreute Arbeit auf die Öffentlichkeitsarbeit des Parteivorstandes über, die dadurch eigenständiges Expertenwissen herausbildete. So wurden die Mitarbeiter der Abteilung von Vermittlern zu Übersetzern – etwas, das zuvor ebenfalls Infas für sich in Anspruch genommen hatte. Die Herausbildung eigener Expertisen gab der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit Selbstvertrauen und stellte die Voraussetzung für eine geringere Abhängigkeit von einem Institut dar, so daß die SPD nun zwei miteinander konkurrierende und dadurch gegenseitig kontrollierende Institute beauftragte. Diesen Weg beschriftet die SPD 1968 mit der Vertragsvergabe an Infratest.

Zum neuen Profil der Öffentlichkeitsarbeit gehörten zwei Aspekte. Eines war die entstandene (und weiter wachsende) interne Expertise, die mit einer vielfältigen Gutachtertätigkeit verbunden war.⁴ In den Darstellungen zu den aktuellen Umfragen fanden sich neben den Bewertungen immer wieder Empfehlungen mit Blick auf Argumentationen und Themen in den kurzen Texten. So entwickelte sich ein ausführliches, gutachterliches und Empfehlungen beinhaltendes Bewertungswesen von Umfragen, das sich auch auf ihre Darstellung und Platzierung in den Medien erstreckte. Mitarbeiter erstellten »Gutachten« über Studien, um etwas zur Seriosität eines Instituts sagen zu können und schrieben Vermerke zu Veröffentlichungen von Umfragen bestimmter Institute oder sonstigen Äußerungen von Demoskopien.⁵ Insbesondere das IfD und die Interpretationen Elisabeth Noelle-Neumanns waren immer wieder Thema für die Abteilung: Die demoskopischen Befunde wurden bis ins Detail zerpfückt, die Interpretationen Noelle-Neumanns analysiert und darauf »Gegenstrategien« aufgebaut.⁶ Ein sich an die immer schnellere und synthetisierende Bewertung anschließender wichtiger Tätigkeitsbereich schloß sich so direkt an die Begutachtung der Umfragen an.

Die Mitarbeiter bereiteten die Daten für die Präsentation durch die Akteure vor, indem sie »Sprechzettel« produzierten. Diese waren zugeschnitten auf die jeweiligen Bedingungen interner und externer Kommunikation, für Pressekonferenzen, TV-

⁴ Vgl. beispielsweise Vermerk von Borstell an Börner am 29. 5. 1974 über die Argumentation nach dem Rücktritt Willy Brandts vor dem Hintergrund der Reaktionen in der öffentlichen Meinung, auch am 20. 6. 1974, »Aktuelle Argumentationslinien«, AdsD PV 13904.

⁵ Vgl. Bewertung einer Emnid-Untersuchung in einem Vermerk von Borstell an Börner am 15. 10. 1974, ebd.; Vermerk Borstell und Karlheinz Bentele an Bahr am 21. 1. 1980 »Anmerkungen zur Kaltefleiter-These über Wahlchancen der Opposition in der aktuellen weltpolitischen Situation«, AdsD, WBA, SPD 115.

⁶ Vgl. Borstell, Vorlage für die PV-Sitzung am 7. 12. 1973 mit »Stellungnahme zur Allensbach-Untersuchung »Parteipräferenz«; zu weiteren Äußerungen dieser Art Vermerk von Borstell an Riegger am 17. 12. 1973, AdsD PV 13817.

Auftritte und Reden auf Sitzungen.⁷ Dabei wurden in erster Linie der Vorsitzende Brandt und der Bundesgeschäftsführer mit Sprechzetteln versorgt. Das Spektrum dieser Hilfen reichte von der demoskopischen Unterfütterung von Themen über die Darstellung der Situation auf Sitzungen oder Pressekonferenzen bis zur expliziten Thematisierung der Meinungsforschung auf Metaebene, zum Beispiel wenn Börner in einer Pressekonferenz zum wiederholten Male die IfD-Daten anzweifelte.⁸

Durch die verstärkte mediale Berichterstattung ergab sich ein zuvor unbeachtetes Wirkungsfeld für die Abteilung: die interne Gremiensitzung. Diese hatten die Mitarbeiter bis dahin höchstens mit Pressemitteilungen oder Vorlagen versorgt. Daneben traten nun Überlegungen zur Miteinbeziehung der Öffentlichkeit. Die Medien wurden als Beobachter interner Vorgänge mitgedacht.⁹ Dadurch entstand eine andere Kommunikationskonstellation. Daten erhielten einen hohen Kurswert, mit dem politische Akteure aus diesen Gremien eigenmächtig zu handeln versuchten, indem sie diese an Journalisten weitergaben. So erhielt auch die Darstellung von Umfrageergebnissen innerhalb der Gremien, insbesondere des Parteivorstandes, einen neuen Stellenwert. Zahlen aus Umfrageergebnissen wurden gezielt für die Presse so präpariert, daß ein gezieltes »Durchsickern« von Information betrieben wurde.¹⁰ Indiskretionen von Teilnehmern waren somit als Teil der Sitzung oder gleich als indirekte Beobachtung durch die Medien eingeplant. Diese Vorgehensweise bildete eine besondere Spielart der gezielten Bearbeitung der Meinungsbildung durch demoskopische Information, die seitdem zum Repertoire der demoskopischen Öffentlichkeitsarbeit gehörte.

Die Abteilung sicherte ihre Arbeit in mehrfacher Hinsicht ab. So bestanden zum einen Verbindungen ins Bundeskanzler- und Bundespresseamt, die insbesondere zu ehemaligen Mitarbeitern des Parteivorstandes gehalten wurden. Dieses personale Netzwerk und die finanzielle ›Teilung‹ der demoskopischen Aufgaben führte zu

⁷ Vgl. als Auswahl: Vorbereitung für Brandts Parteiratsrede am 27. 6. 1978 zu verschiedenen demoskopischen Bereichen durch Riegger, AdsD, WBA, SPD 115; für Rede vgl. PV-Protokoll; für den kompletten Vorgang von der Bitte um Beiträge bis zur Fertigstellung eines Sprechzettels für Börner zwischen dem 23. und 29. 6. 1976, AdsD PV 13889; vgl. verschiedene Sprechzettel für Brandt und Helmut Schmidt aus der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in AdsD PV 13816; Notiz Borstell an Brandt am 23. 8. 1976, »Ausgewählte neueste Umfrageergebnisse für die Journalistenrunde von heute, Quelle: Infratest«, AdsD, WBA, SPD 114.

⁸ Vgl. Vermerk Borstell an Börner am 16. 9. 1976 zu »Noelle-Neumann/Allensbach; Stichworte zur Verwendung auf Veranstaltungen« sowie Vermerk Bentele an Börner am 20. 9. 1976 »Ihre Pressekonferenz am 20. 9. 1976«, in dem er auf den Einsatz der Demoskopie als Wahlkampfmittel eingeht, AdsD PV 13887.

⁹ Vgl. mehrere Vermerke zu einer Parteiratssitzung im Januar 1977, die aufgrund des öffentlichen Interesses, das wegen der Auswertung der Bundestagswahl entstanden war, gut vorbereitet werden sollte, AdsD, WBA, SPD 114. Das Protokoll der Sitzung wurde veröffentlicht: SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Godesberger Parteirat '77, 1977.

¹⁰ Vgl. als Beispiel die Vorlage der PV-Sitzung am 9. 11. 1973, »Wichtige Ergebnisse aus Umfragen der vergangenen Monate«. Riegger schickte die Vorlage an Börner mit dem Hinweis, sie sei so zusammengestellt worden, daß die Angaben »auch nach draußen lecken« dürften, Vermerk vom 7. 11. 1973, AdsD PV 13899. Für die USA wurde diese Vorgehensweise schon zuvor nachgewiesen: H. MENDELSONN/I. CRESPI, Polls, 1970, S. 122–134.

einer engen Absprache der Abteilung mit den zuständigen Leuten aus der Regierung durch den Austausch von Vermerken und Daten.¹¹ Hier spielte der Leiter der Planungsabteilung im Bundeskanzleramt, Reimut Jochimsen, eine wichtige Rolle, weil er die demoskopischen Tätigkeiten zwischen den Häusern koordinierte. Daneben kamen weitere Personen hinzu, zum Beispiel Leo Bauer als Berater für besondere Fragen der SPD. Er sorgte für die Verbindung zu anderen Wissenschaftlern wie Peter Christian Ludz, mit dem er eng zusammenarbeitete und zum Beispiel die Berichte zur Lage der Nation erstellte.¹² Es wurden keine beratenden Gremien mit Wissenschaftlern mehr eingerichtet, sondern die wissenschaftliche Expertise durch die Mitarbeiter inkorporiert.¹³

Der Ausbau eigener Expertise geschah ebenfalls mit Blick auf die internationale Ebene. Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit absorbierte vormals eher politisch besetzte Aufgaben, indem sie mit wissenschaftlicher Legitimation die systematische Beobachtung von Wahlkämpfen im Ausland übernahm. Insbesondere Skandinavien stand bei der Beobachtung im Vordergrund, da angenommen wurde, daß Skandinavien und insbesondere Schweden Vorbilder für die Sozialdemokratie wie für die Bundesrepublik insgesamt seien und Schweden nur aufgrund seiner Neutralität ›schneller‹ in der Entwicklung gewesen sei.¹⁴ Diese Rolle Schwedens hatte sich schon Anfang der sechziger Jahre in der Übernahme von ARE gezeigt; außerdem wurde zu keinem anderen Land so durchgängig und dann ab 1968 so viel Material gesammelt und ausgewertet. Der dortige Wahlkampf wurde im Vorfeld der Bundestagswahl 1969 genauestens auf mögliche Übertragungen hin analysiert.¹⁵ So kam

¹¹ Vgl. z.B. Vermerk von Horst Furmaniak (Bundeskanzleramt) an BK Schmidt und an Brandt sowie Börner in Kopie am 19.7.1976, »Neue Umfrageergebnisse«, AdSD, WBA, SPD 114; Vermerk Borstell an Bahr am 22.2.1977 über »BPA-Nachwählerhebung zur Bundestagswahl 1976« von Infas, AdSD PV 13890.

¹² Es handelt sich um den DDR-Forscher Prof. Dr. Peter Christian Ludz. Ludz war im Rahmen der wissenschaftlichen Beratung von »Trend« in Berlin dazugestoßen und kümmerte sich daher auch teilweise um die Überprüfung von Fragebögen. Jedoch blieb seine Zusammenarbeit eine über Bauer vermittelte, zumal er aufgrund seiner wissenschaftlichen Arbeit nicht für eine kontinuierliche und an einen Ort gebundene Zusammenarbeit zur Verfügung stand. Zur Zusammenarbeit vgl. auch P. BRANDT/J. SCHUMACHER/G. SCHWARZROCK u. a., Leo Bauer, 1983, S. 254 f.; Korrespondenz 1972 Bauer/Ludz zu Infratest-Fragebögen und den Bericht zur Lage der Nation, AdSD NL Bauer 7; Texte/ Artikel junger Wissenschaftler vgl. Sammlung in AdSD PV 13968.

¹³ Vgl. »Arbeitsgruppe 72/73«, »Schwerpunkte einer Planung der Öffentlichkeitsarbeit«, Sommer 1970, AdSD 1/AMAD000221; Mitglieder und Organisation: AdSD, WBA, SPD 65.

¹⁴ Die »Skandinavienstudie« wurde von Horst Becker (Infratest, im Auftrag der FES) und Peter Blachstein (ehem. MdB) parallel durchgeführt: Vgl. Vorschlag Riegger an Börner am 14.1.1974, Vermerk Borstell an Börner am 13.2.1974 zur Skandinavienstudie und einem Gespräch mit Blachstein, AdSD PV 13904; Vermerk Borstell an Brandt am 22.7.1974, und Vorgang September/Oktober und Dezember 1974, Brief Brandt an Blachstein am 7.10.1974, AdSD, WBA, Pers. Korrespondenz 21; H. BECKER, Wahlen 1973 in Skandinavien, 1974.

¹⁵ Vgl. die Thematisierung des schwedischen Wahlkampfes in der »AG Information« am 18.12.1968 durch die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, AdSD, WBA, SPD 33; Hinweis auf zwei Berichtersteller aus Schweden in der Präsidiumssitzung am 7.11.1968; Albrecht Müller, Bericht über Schweden 1968, AdSD 1/AMAD000221.

auch die neue Werbefarbe der SPD 1969, das knallige Orange, zustande, das dann 1970 auch in der österreichischen Sozialdemokratie mitsamt der von ARE konzipierten Kampagne »Wir schaffen das moderne Österreich« aufgegriffen wurde.¹⁶ Unterstützt wurde die europäische Orientierung durch ein kleines Netzwerk der Mitarbeiter der Öffentlichkeitsarbeit aus den verschiedenen Arbeiterparteien, das bis Anfang der achtziger Jahre Bestand hatte.¹⁷ Dieser interne Austausch unter den Mitarbeitern der sozialdemokratischen Parteizentralen in Europa brachte eine Netzwerkbildung und durch den Wissenstransfer eine »Europäisierung« der Wahlkämpfe hervor. Sie löste damit eine noch in den sechziger Jahren zu beobachtende Fixierung auf die USA ab, die für Wahlkämpfe zwar immer noch genau in den Blick genommen wurden, bei denen aber immer wieder – im Unterschied zu europäischen Vergleichen – die Frage nach den Grenzen der Übertragbarkeit gestellt worden war.¹⁸ Aus den USA stammende Ideen wurden dennoch zu wichtigen Eckpunkten der massenmedialen Kampagnen vor allem 1969 und 1972, so daß sich die Frage nach einer Dominanz einer »europäischen« oder »amerikanisierten« Art der Wahlkampfführung so nicht beantworten läßt.

Versteht man »Amerikanisierung« als eine Chiffre für den Einfluß eines fremden Landes auf die Entwicklung eines anderen, wird die Problematik des Überstülpens einer solchen Kategorie über alle möglichen Erscheinungsformen in Wahlkämpfen deutlich. Es wurde genau abgewogen, welche Instrumente zu übertragen waren mit Blick auf die systemischen Bedingungen, Effizienz und Glaubwürdigkeit, und diese dann gemischt und in selbst erstellten Rahmen der Wahlkämpfe in bundesrepublikanischen Kontexten durchgeführt.¹⁹ Dies galt auch für Fragen der Übertragbarkeit demoskopischer Untersuchungen. Die Vernetzung auf europäischer Ebene hatte den Effekt des Abgleichs und der Angleichung von Wahlkampfformen in den siebziger Jahren. So scheint es ratsamer, die Internationalisierung von Wahlkämpfen in einen generell europäischen Kontext zu plazieren. Die internationale Ebene der Beobachtung und Vernetzung führte zu einer Schärfung der Sicht auf das eigene Land und einer Erweiterung des Arbeitsprofils um die internationale Ebene zu einem international informierten, wissenschaftlich arbeitenden »Kommunikations-Profi«.

Nach dem Wahlsieg 1972 konnte die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit ihren Ausbau durchsetzen. Nach Albrecht Müllers Wechsel ins Kanzleramt gab es zwei potentielle Nachfolger, die sich darauf einigten, daß einer die Nachfolge als Abteilungsleiter antrat (Volker Riegger) und der andere ein eigenes Referat darin, die

¹⁶ Vgl. für eine Europäisierung in Sachen Meinungsforschung und PR-Arbeit A. KRÜKE, *Public Opinion Polling*, 2006 (im Erscheinen).

¹⁷ Vgl. Vorbereitung und Protokoll der ersten Konferenz, AdSD PV 13904; Vermerk Riegger an Börner am 11. 2. 1974, AdSD PV 13904; Interview mit Riegger, 15. 10. 2001.

¹⁸ Vgl. Klaus Harpprecht, *Berichte über Konvente (Lang- und Kurzfassung)*, AdSD PV 14472; dazu Albrecht Müllers Vermerk an Börner am 23. 6. 1972, »Einige Bemerkungen zum Wahlkampf«, AdSD PV 13897; für 1975 vgl. Vermerk Brandt 5. 8. 1975, Stellungnahme der Abteilung, AdSD PV 14279.

¹⁹ Darauf weist auch Christina Holtz-Bacha in ihrer Untersuchung von Fernsehspots in deutschen Wahlkämpfen hin: C. HOLTZ-BACHA, *Wahlwerbung als politische Kultur*, 2000, S. 240 f.

»Wählerforschung«, erhielt und außerdem die Beständigkeit und Konzentration auf die Meinungsforschung für die Abteilung absicherte (Henning von Borstell). 1973 folgte ein Ausbau des Pressearchivs, das die Gegnerbeobachtung übernahm und mit monatlichen Berichten professionalisieren sollte, so daß dieser Bereich erstmalig einen eigenständigen Status erhielt.²⁰

Das Arbeitsprofil, das sich in den Jahren zuvor langsam herausgebildet hatte, förderte das Selbstbild als »Öffentlichkeitsarbeiter«, wie sich die Mitarbeiter der Abteilung ab Beginn der siebziger Jahre in semantischer Annäherung an die traditionelle Zielklientel bezeichneten. Mit dem Ausbau wurde die angestrebte Ebene einer verwissenschaftlichten Öffentlichkeitsarbeit erreicht und ausgebaut, die eine bestimmte Art von Fachmann verlangte, der sich in sozialwissenschaftlicher Methodik wie Politik und Publizistik gleichermaßen auskannte. Sie besaß jedoch immer einen prekären, das heißt wieder zurückschraubbaren finanziellen Hintergrund. Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit befürchtete seit 1974 zunehmend, in ihrer auf große Studien bezogenen Arbeit zurückgestutzt zu werden, da die Mittel nicht mehr wie zuvor zur Verfügung standen. Die Stagnation oder sogar ein Rückgang der Meinungsforschung und damit ein Verlust an Qualität der eigenen Lieferungen drohten in regelmäßigen Abständen.²¹ Die Expansionsphase erreichte mit der Bundestagswahl 1976 eine Grenze. »Erst« danach wurden die Finanzen für die Meinungsforschung tatsächlich beschnitten und die Abteilung im Rahmen einer Organisationsreform umgebaut.²² Gleichzeitig wurde 1977 der Auftrag an Infratest auch im Bundeskanzleramt gekürzt.²³ Die nun sogenannte »Abteilung Wahlen« bestand aus den Teilen Wählerforschung, Wahlkampf-Konzept und Werbung, die »als Projektarbeit« organisiert werden sollten, so daß die Frage der kontinuierlichen Wählerbeobachtung zugunsten der »Produktion« (so der Name des neu hinzugekommenen Referats) in den Hintergrund trat ebenso wie die zuvor bearbeiteten Fragen der Information der Untergliederungen; diese Arbeit fiel nun (zusammen mit dem Pressearchiv) an die Abteilung Presse und Information.²⁴

Eine personelle Veränderung fand im Rahmen des Wahlkampfes 1975 statt, als Karlheinz Bentele zur Abteilung stieß. Während Borstell 1979 die Abteilung ver-

²⁰ Vgl. Vermerk Riegger an Börner am 1. 6. 1973, AdsD PV 13899; Übersicht über die Organisationsstruktur der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit 1973 (insgesamt acht Mitarbeiter, inklusive Pressearchiv), AdsD PV 13817; Präsidiumssitzung am 30. 10. 1973.

²¹ Als Beispiel sei eine Beschwerde von Riegger bei Bahr genannt, in der er sich über die fehlende Koordination und Systematik der Planungs- und Beratungsarbeit äußert. Vgl. Vermerk vom 16. 6. 1977, »Organisations-Matrix«, AdsD PV 13890.

²² Vgl. V. HETTERICH, Von Adenauer zu Schröder, 2000, S. 128 f.

²³ Vgl. für die Umstellung auf Wochenberichte Kap. 3,4, S. 270.

²⁴ Vgl. Bericht zur Reform der Parteizentrale in der PV-Sitzung am 04./5. 9. 1977; für die Reorganisation der Abteilungen Öffentlichkeitsarbeit und Wahlen (ohne Erwähnung der Wählerforschung) vgl. SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Jahrbuch SPD 1978–1979, 1979, S. 221 ff., 241 ff.; vgl. für den wenig veränderten Aufbau 1982 dann die Übersicht bei V. HETTERICH, Von Adenauer zu Schröder, 2000, S. 129 f.

ließ, blieb Riegger bis 1986 Abteilungsleiter.²⁵ Sein Nachfolger wurde Bernd Schoppe, der seit 1980 das Referat Wahlen leitete. Diese organisatorischen Veränderungen blieben bis 1990 bestehen. Die weitgehende personelle Kontinuität sorgte für die Fortsetzung der demoskopischen Arbeit. Der Anspruch einer wissenschaftlich begründeten Öffentlichkeitsarbeit blieb bestehen, ebenso das erreichte Niveau der Bearbeitungen. Gleichzeitig sorgte diese Konstellation auch dafür, daß sich in der Meinungsforschung der SPD und ihrer kommunikativen Praxis in den siebziger und achtziger Jahren – abgesehen von einer rückgängigen Polarisierung – kaum Änderungen ergaben.

Mit dem Wechsel zu Infratest und dem akademischen Ausbau der personellen Strukturen in der Öffentlichkeitsarbeit des Parteivorstandes erfolgte 1968 eine grundlegende Zäsur in der politischen Meinungsforschung und ihrer Verarbeitung in der politischen Praxis. Beflügelt von den Erfolgen der SPD und den aus Polarisierung und medialer Verarbeitung erwachsenden Notwendigkeiten dehnte sich die Meinungsforschung noch weiter aus, professionalisierte die Kommunikationsarbeit der SPD nach innen wie nach außen, wurde aber nach der fast verlorenen Wahl wieder leicht zurückgestutzt. Auf diesem immer noch hohen Niveau blieb sie bestehen.

b) Die SPD, Infratest und die Medien: Zur Veränderung der Kommunikationsmodelle nach 1968

Infratest konnte mit seinem kurzfristigen Programm überzeugen. Parallel zur Fertigstellung des »Endberichts« zu den Erhebungen wurde über Folgeuntersuchungen nachgedacht. Um den Auftrag für den Wahlkampf zu erhalten, erwies sich wiederum ein spezifischer Arbeitszusammenhang als ausschlaggebend. Durch Leo Bauers engen Bezug zu Brandt und seine Zusammenarbeit mit Wolfgang Ernst erhielt Bauer eine vermittelnde Position zwischen Demoskopie und Politik. Er zog zusammen mit Ernst die Schlüsse aus demoskopischen Erhebungen, diskutierte die Einsatzmöglichkeiten und teilte diese Besprechungen dann Brandt vertraulich mit, während als Berichtersteller und Berater von Infratest normalerweise der Mitarbeiter Gerhard Unholzer fungierte, der auch an informellen Gesprächen teilnahm und eng mit Bauer zusammenarbeitete.²⁶ Diese Beratung für Brandt fand sich in einem nach vorherigen Abbild geschaffenen »Arbeitskreis Wahlkampf« wieder, der wie zuvor auch als informelles Gremium nicht von der offiziellen Parteistruktur akzeptiert wurde.²⁷ Die grundsätzlichen Entscheidungen über die Demoskopie verliefen nun jenseits

²⁵ Während Borstell Pressesprecher der Stadt Köln wurde, wechselte Riegger während des Wahlkampfes zur Bundestagswahl 1987 in die Geschäftsführung von Infratest.

²⁶ Vgl. Unterlagen in AdsD NL Bauer 7 und 9. Damit soll keine Unterscheidung zwischen offizieller und inoffizieller Beratungsarbeit impliziert werden; mehr oder weniger geheime Besprechungen gehörten auch hier – wie zuvor auch – zur Beratung dazu.

²⁷ Vgl. Beschwerde Bauer an Brandt am 26. 9. 1969, AdsD NL Bauer 9; vgl. auch C. VORRINK/A. WALTHER, Willy Brandt, 2002, S. 174.

des Parteivorstandes, dem ähnlich wie dem Präsidium weniger Entscheidungsraum und Erkenntnis überlassen wurde. Diese Vorgehensweise hatte sich im Laufe der sechziger Jahre herausgebildet. Der Parteivorstand erfuhr gemäß den Protokollen über die Meinungsforschung zum Wahlkampf überhaupt nichts, bis schließlich die Ergebnisse vorlagen und die Planung für den Wahlkampf feststand.²⁸ Die konkrete Zusammenarbeit verlief genauso wie zuvor: Die Untersuchungen wurden von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit bis in die Berichte und Präsentationen hinein mitgestaltet, die Fragebogenentwürfe wurden nur nach Freigabe durch das Präsidium oder vielmehr den engen Führungskreis weiterverarbeitet. Einzig ungewöhnlich war hier, daß sich insbesondere Alfred Nau für die einzelnen Fragen interessierte.²⁹ Insgesamt wiederholte sich der Ablauf zur Vorbereitung eines Wahlkampfes.³⁰

Als weiteres Überzeugungsmoment für Infratest, neben den Beratungsstrukturen, dürfte sich der andersartige Arbeitsstil ausgewirkt haben. Hier stachen zwei Punkte hervor. Erstens verfolgte Infratest die Strategie, sich selber in der Beratung zurückzunehmen und diese Zurückhaltung auch deutlich zu kennzeichnen. Das Institut besaß keinen Pressedienst und verweigerte unter Hinweis auf die fehlende Seriosität prinzipiell die Erstellung und Veröffentlichung von Prognosen und hielt sich bei der Abfassung der Berichte strikt daran, die vorliegenden Interessen und Einflüsse darzulegen. Damit korrespondierte der zweite Punkt, die Strategie der Transparenz jedes einzelnen Arbeitsschrittes. Diese obersten Arbeitsprinzipien der Zurückhaltung, Nachvollziehbarkeit und Transparenz der Umfragen wurden begleitet von der Verschwiegenheit des Instituts. Beides konnten sie als Pluspunkte im Vergleich zu Infas nutzen, die schließlich mit ihren Publikationen einen ganz anderen Weg des Qualitätsnachweises beschritten hatten. Während Infas versuchte, die SPD durch die Veröffentlichung von Umfrageergebnissen zu stützen, dies jedoch nicht so wahrgenommen wurde, ging Infratest den Weg, nichts zu veröffentlichen und vielmehr Unterstützung durch selbständig initiierte Untersuchungen, die es dann zur Verfügung stellte, zu zeigen – wie z. B. die Untersuchung zur Außenpolitik, die Infratest mit Gruppendiskussionen und Thesen angestoßen hatte, die dann aber von der SPD übernommen und weiterfinanziert wurde. Weiterhin achtete Infratest penibel auf die Angaben der Untersuchungsbedingungen. Von der Anzahl der Befragten und Verweigerer bis hin zu den exakten Daten der Untersuchungszeit (»Feldzeit«) waren alle Angaben in den Berichten zu finden, während dies bei Infas nicht der Fall war. Dort waren oft lediglich Angaben zur »Grundgesamtheit« der Befragten, d. h. der tatsächlich geführten Interviews, angegeben.

Aus diesem Grund besaß das Berichtswesen einen äußerst umfangreichen, stufenweisen Aufbau. Es reichte von qualitativen Vorstudien, über erste Berichte zu Vorabzählungen und Berichte zu einzelnen Abschnitten mit Tabellenbänden bis zu

²⁸ Vgl. Protokoll der Präsidiumssitzung am 11. 9. 1968; Protokoll der PV-Sitzung am 4. 3. 1969.

²⁹ Vgl. z. B. Brief Nau an Unholzer am 15. 8. 1968, AdsD PV 3331.

³⁰ Vgl. für die Organisation des Wahlkampfes K. SCHÖNHOFEN, *Wendejahre, 2004*, S. 585f., 653, 672; daneben Protokolle der Sitzungen 1968 und 1969 der »AG Öffentlichkeitsarbeit«, die auch Experten von außen einlud, AdsD, WBA, SPD 33 und 48.

den Endberichten. Die Vorstudien klopften einen bestimmten politischen Bereich oder eine bestimmte strategische Fragestellung auf mögliche Spannungsfelder hin ab, worauf der Fragebogen aufgebaut wurde. Dabei wurde zwar eine in der Meinungsforschung übliche Methode verwendet, die bei Infas Tiefen- oder Intensivinterviews hieß, aber bei Infratest wurden nicht allein Einzelinterviews geführt, sondern Gruppengespräche veranstaltet. Inhaltlich dem Gruppenexperiment ähnlich, aber in der Zusammensetzung auf eine sogenannte Fokus-Gruppe, eine bestimmte homogen zusammengesetzte Zielgruppe, zugeschnitten, wurden diese Gespräche in Wortprotokollen festgehalten. Die Gruppendiskussionen wurden leicht überarbeitet und, nach Beispielen zusammengestellt, als Manuskripte weitergegeben, um als qualitatives Vorergebnis Informationen über Argumentationen bestimmter Gruppen in einem scheinbar authentischen Gespräch und eine vorgeblich unverstellte Sicht von außen, von ›normalen‹ Wählern auf die politischen Dinge zu liefern. Brandt erhielt 1972 eine Zusammenstellung von Wortprotokollen von Gruppendiskussionen, die zur Überprüfung der Grundlinien des Wahlkampfes angestellt worden waren. Die wichtigen Stellen waren aufgrund der dicken Protokollbände bereits für ihn angestrichen und in einem anliegenden Vermerk zusammengefaßt worden.³¹ Daneben stand das Bemühen, psychologische Funktionsweisen von Argumenten und Problemen zu verdeutlichen und »Psychogramme« von Wählergruppen zu entwickeln, wie es in der Studie »Zur Psychologie des Wählers«, in der eine Auswahl an Beiträgen in Diskussionen verschiedener Gespräche zusammengestellt worden war, angestrebt wurde.³² Weiterhin gehörten zu den Vorstudien neben den Sekundärliteratur umfassenden »Dokumentationen« auch geheim veranstaltete »Colloquien«. Darin diskutierten Experten mit wenigen politischen Akteuren sowie den verantwortlichen Meinungsforschern ein zu untersuchendes Themenfeld, so daß auch hier einzelne Akteure aus der Wissenschaft in die Überlegungen einbezogen wurden und sich auch weitergehend beteiligten, wie z. B. der bereits erwähnte Peter Christian Ludz. Die Gespräche wurden über die Berliner Unternehmung »Trend« abgewickelt. Endberichte enthielten den zusammenfassenden Bericht zum Ergebnis, aber keine Empfehlungen. Diese wurden extra verfaßt und nur an einen sehr kleinen Kreis, zumeist sogar nur Willy Brandt persönlich, weitergegeben. Die Empfehlungen oder auch »Non-Papers« blieben manchmal zufällig erhalten oder weil jemand sie mit Absicht aufbewahrte. Manche Empfehlungen gelangten sicherlich gar nicht in eine schriftliche Form, aber dazu lassen sich schwerlich Quellen finden.³³ Die Empfehlungen und Ideen wurden vor allem am Anfang der geschäftlichen Beziehungen ausschließlich auf informellem Wege weitergeleitet.

³¹ Vgl. Vermerk Albrecht Müller an Brandt am 5. 8. 1972, AdsD, WBA, SPD 65; Das Manuskript ging mit Vermerk drei Tage später auch an Wehner, Schmidt, Börner und Nau, AdsD PV 14402.

³² Die Studie findet sich als Band IV der Wählerforschung in AdsD PV 02042; Brief Gerhard Unholzer (Infratest) an Hans-Jürgen Wischnewski am 12. 3. 1969, AdsD PV 3331.

³³ Vgl. als Beispiel für ein solches Non-Paper Infratest-Bericht »einige Überlegungen zur Fernsehdiskussion der Parteivorsitzenden am 15. 11. 72: Fazit aus den Diskussionen am 18. 10. und 2. 11. 72, Empfehlungen für die Endrunde«, 14. 11. 1972 AdsD 1/AMAD000222.

Auf diese Weise erhielt Brandt vermitteltst Bauer auch im Mai 1968 eine ausführliche Stellungnahme zu dem Endbericht der ersten Infratest-Untersuchungsreihe, in der über die Umfrage hinausgehend, weitere politische Ereignisse und Umfragen aus anderen Zusammenhängen miteinbezogen und politisch abgewogen wurden.³⁴ Gemäß seiner aus der Marktforschung stammenden Orientierung wandte sich Infratest den einzelnen Gruppen der Gesellschaft zu, den Zielgruppen und deren massenmedialer Bearbeitung. Insbesondere die Beobachtungen der Medien und die Reaktionen der Bevölkerung auf die Darstellung in den Medien wurden bei Infratest in den Vordergrund gestellt und die Konzeption des Wahlkampfes auf dieser Beobachtungsweise aufgebaut. Ernst hatte die Idee, einen komplett massenmedial ausgerichteten Wahlkampf zu machen, der sich auf eine gut vorbereitete »Wählerbearbeitung« konzentrierte. An diese Überlegungen schloß sich der Vorschlag des Instituts an, der mit wenigen Änderungen akzeptiert wurde.³⁵ Für die Trenduntersuchungen erhielt Infratest beispielsweise 156 000 DM, eine von Nau um mehr als ein Drittel heruntergehandelte Summe.³⁶ Einzelne Untersuchungen kosteten zwischen 48 000 und 57 000 DM.³⁷ Eine spätere Zusammenstellung der finanziell von Infratest selbst getragenen Untersuchungen für die SPD belief sich für den Wahlkampf 1969 auf 150 000 DM.³⁸

Der für die Studien von Infratest vertretene Untersuchungsansatz bezog sich auf eine verschobene Perspektive der Beobachtung.³⁹ Es wurden weiterhin Parteien, politische Akteure und Themen beobachtet, aber sie wurden in ihrer massenmedialen Brechung untersucht. Es wurden nicht einfach die Einstellungen der Bürger zu den Phänomenen erfragt, sondern die Einstellung in Abhängigkeit von der Vermittlung in den Massenmedien und dem darauf gründenden Verständnis. Infratest ging davon aus, daß die Verarbeitung von Informationen vor einem spezifischen, zumindest teilweise vom sozialen Hintergrund (Schicht, Alter, Bildungsstand, Geschlecht etc.) beeinflussten Wahrnehmungshintergrund geschah und man diesen in die Überlegungen grundsätzlich einbeziehen mußte, wollte man mit der Ansprache von der

³⁴ Vgl. Bauers Bericht »Stellungnahme von Wolfgang Ernst zu dem Trend-Bericht »Wählerforschung für die SPD« – kurzfristiges Untersuchungsprogramm, Endbericht«, vom 7. 5. 1968, AdsD, WBA, Wahlen 3; der dazugehörige Brief an Brandt findet sich in AdsD NL Bauer 9.

³⁵ Vgl. Brief Bauer an Brandt am 7. 5. 1968, AdsD NL Bauer 9; »Untersuchungsprogramm Infratest«, Vorlage für die Präsidiumssitzung im Juni 1968 am 16. 5. 1968, AdsD Dep. Schmidt 5191; vgl. für Beschluss für das »Untersuchungsprogramm Infratest«, Präsidiumssitzung am 11. 9. 1968; vgl. auch K. SCHÖNHOFEN, *Wendejahre*, 2004, S. 587 ff.

³⁶ Aus Kostenvoranschlägen ging hervor, daß die gesamten Untersuchungen 1968/69 rd. 843 000 DM kosten sollten. Die Arbeitnehmer-Untersuchung sollte 307 000 DM, die Zielgruppenuntersuchungen 190 000 DM und die Medien-Untersuchung 95 000 DM kosten, abgesehen von den 251 000 DM für das Wahlbarometer. Vgl. die einzelnen Kostenberechnungen in der »Studienbeschreibung«, AdsD PV 1355.

³⁷ Vgl. Brief Nau an Infratest am 3. 4. 1969, AdsD PV 3331.

³⁸ Vgl. Bauer an Brandt am 19. 1. 1970, indem er auf eine entsprechende Zusammenstellung Egon Bahrs hinweist, AdsD NL Bauer 9.

³⁹ Vgl. dazu auch A. KRÜKE, *Kampf um die Deutungshoheit*, 2004.

jeweiligen Wählerschaft ›richtig‹ verstanden werden. Damit hatte Infratest die in der Marktforschung vorhandene »kognitive Wende« für die politische Demoskopie vollzogen. Die Vorstellungen wurden vor allem in der Studie »Aufnahme und Verarbeitung politischer Informationen in den Massenmedien durch bestimmte Bevölkerungsgruppen« umgesetzt, in der nicht nur die Auflagenhöhen und die größte Gruppe der Leserschaft eines bestimmten Erzeugnisses untersucht, sondern die Rezeptionsbedingungen und die Zielgruppen näher betrachtet wurden.⁴⁰ Hier versuchte Infratest, in einer für die Printmedien bis auf die regionale Ebene hin durchgeführten Leserschafts- und Inhaltsanalyse die Phänomene der Medienforschung zu systematisieren. Eigene Fernsehuntersuchungen für die SPD führte Infratest 1969 nur für Spots durch.⁴¹ Das Ergebnis bestand darin, daß sich die SPD auf neue, ausgesuchte Zielgruppen aus der Mittelschicht und Jungwähler einließ. Daneben blieben Stammwähler als eine wichtige Zielgruppe bestehen, die man nicht durch eine Ansprache neuer Wähler verprellen durfte, wie eine eigene Arbeitnehmer-Studie zeigte. Darüber hinaus wurden die Zielgruppen mit Themen gekoppelt.⁴²

Infratest vertrat eine ähnliche Position wie Infas in Bezug auf die Steuerungsmöglichkeiten der Meinungsbildung, besaß aber in der Auffassung zu Abläufen der Meinungsbildung und deren Bedingungen eine nahezu entgegengesetzte Position. Die Ansprache sollte größtenteils massenmedial gestaltet werden, wobei sich die Ansprache der einzelnen Zielgruppen an massenmedialen Vorlieben und bildungsabhängigen Variablen des Interesses und Verständnisses politischer Sachverhalte ausrichten sollte. In dem Maße, wie die Ansprache massenmedial auf Zielgruppen ausgerichtet wurde, paßte die Idee der regionalen Differenzierung weniger in das Konzept und wurde auf die Beachtung regionaler Besonderheiten zurückgedrängt. Dies übernahm eine kleine Arbeitsgruppe, die bezeichnenderweise von Dohnanyi geleitet wurde und in der niemand von Infas vertreten war.⁴³ Daß Infratest gänzlich andere Vorstellungen vom Prozeß der Meinungsbildung besaß, wurde an den Ratschlägen von Wolfgang Ernst (und Leo Bauer) erkenntlich. Ernst schlug beispielsweise vor, in bestimmten politischen Fragen bewußt gegen die demoskopischen Befunde zu operieren. Insbesondere die Ostpolitik verband sich mit diesem strategischen Vorschlag, eine Minderheitenposition als Profilierungsmöglichkeit zu be-

⁴⁰ Vgl. Infratest, »Wählerforschung Bd. 3: Aufnahme und Verarbeitung politischer Informationen in den Massenmedien durch bestimmte Bevölkerungsgruppen«, März 1969, AdsD PV 02041.

⁴¹ Vgl. Brief Unholzer an Wischniewski am 6. 9. 1969 mit den Ergebnissen zur Untersuchung des ersten Fernsehspots, AdsD NL Bauer 7. In dem Jahr wurde auch eine erste wissenschaftliche Analyse von Fernsehspots vorgelegt: F. DRÖGE/W. B. LERG/R. WEISSENBORN, Technik politischer Propaganda, 1969.

⁴² Vgl. »Wissen und Einstellungen der Öffentlichkeit, insbesondere der Arbeitnehmer zum Thema ›Mitbestimmung- und Vermögensbildung‹«, in: »Untersuchungsprogramm Infratest« vom Präsidium am 11. 9. 1968; ausführlichere Beschreibung: »Studienbeschreibung zum mittel- und längerfristigen Untersuchungsprogramm für die SPD«, ohne Datum (Wiedervorlage 5. 12. 1968), AdsD PV 1355.

⁴³ Vgl. den Beschluss im Präsidium am 23. 1. 1969.

trachten.⁴⁴ In ähnlicher Entschiedenheit rieten er und Bauer im Hinblick auf die Verluste bei den Landtagswahlen und insbesondere nach der Wahl in Baden-Württemberg 1968 davon ab, den Grund dafür einfach in der Existenz der Großen Koalition zu suchen und diese als Reaktion darauf zu verlassen. Sie behaupteten statt dessen, daß gerade die Beibehaltung der Linie für Glaubwürdigkeit sorgen würde, da alles andere als Opportunismus der SPD gewertet werden könnte. Sie verbanden diese Behauptung mit Beobachtungen von Reaktionen auf das Wahlergebnis, das auf ein immer noch großes Wählerreservoir der SPD hinwies. Verknüpft wurde dies mit der Forderung nach Geschlossenheit der SPD im Auftreten nach außen. In der Argumentation verwies das Institut auf den Stimmenverlust der CDU und auf nicht unmittelbar politische Phänomene. Während Infratest also die Große Koalition zwar als ein Profilierungsproblem der SPD sah, dieses aber durch die Produktion eines bestimmten, massenmedial erzeugten Bildes zu bekämpfen suchte, sah Infas in den Wahlergebnissen eine »tiefe Vertrauenskrise zwischen der SPD und einem Teil ihrer Stammwähler«. ⁴⁵ Das Institut vermied eine monokausale Erklärung, stellte aber dennoch als entscheidend heraus, daß es sich vor allem um einen Protest der »bewußten Arbeiterfamilien« handele, die sich nicht mehr von der SPD vertreten fühlten. Keine Werbung könne dieses Vertrauen wieder herstellen, nur ein aggressives Eintreten der SPD für die Besserstellung der Arbeiterschaft durch Kontrastbildung zur CDU sei dazu geeignet. Infas warnte zudem vor einer »gefährlichen Illusion«, daß die SPD diese Verluste durch neue Wähler aus dem bürgerlichen Lager und bei Katholiken zu kompensieren versuchen könne.

Hier zeigten sich tiefgreifende Unterschiede in den Vorstellungen zu den Steuerungsmöglichkeiten und -wegen der Meinungsbildung zwischen Infas und Infratest.⁴⁶ Im Vergleich nahm sich nun Infas als dasjenige Institut aus, das als Relikt der alten SPD auf die Stammwählerschaft der Arbeiter beharrte, während Infratest einen massenmedialen Mix zur weiteren Öffnung der SPD für neue Wählergruppen vorschlug. Infratest konnte sich durchsetzen, so daß die neue Formierung der politischen Kommunikation in der SPD sich grundlegend auf die auf mediale Vermittlung hin angelegten Studien und der Argumentationsführung von Infratest bezog. Das Institut traf mit seinen Vorstellungen auf die neue Erfahrung der SPD, an der Regierungsmacht beteiligt zu sein und verstärkt von den Medien beobachtet zu werden, die Ende der sechziger Jahre die politische Berichterstattung verstärkten. Außerdem stand die SPD, genauso wie die CDU, unter einem spezifischen Erwartungsdruck angesichts der Großen Koalition. Die SPD wurde seit ihrer Regierungsbeteiligung anders beurteilt, und dieser Wandel in der Beobachtung schlug sich in

⁴⁴ Vgl. hier und im folgenden Bauers Bericht »Stellungnahme von Wolfgang Ernst zu dem Trend-Bericht »Wählerforschung für die SPD: – kurzfristiges Untersuchungsprogramm, Endbericht«, vom 7. 5. 1968, Abschnitt 4 und 2, AdSD, WBA, Wahlen 3.

⁴⁵ Hier und im folgenden vgl. Infas (Klaus Liepelt und Volker Hauff, ehem. Mitarbeiter bei Infas), »Die SPD und ihre Wähler. Zur Situation in Baden-Württemberg«, 7. 5. 1968, ebd.

⁴⁶ Auf die unterschiedlichen Ansichten zur Landtagswahl in Baden-Württemberg und ihre Folgen verweist auch K. SCHÖNHOFEN, *Wendejahre*, 2004, S. 90–309, hier S. 295f.

der Beobachtung dieses Vorgangs der politischen Akteure nieder, die darauf wiederum reagieren wollten.⁴⁷ Dieser doppelt reflexiven Beobachtung folgte eine stärkere Beachtung der Demoskopie als Meßinstrument sowie als Mittel der medialen Darstellung.

Die Aufmerksamkeit innerhalb der Führungsgremien der SPD verschob sich in der zweiten Hälfte der sechziger Jahre von den Fragen der direkten Darstellung und Präsentation auf die Kommunikation in den Massenmedien. Dieser sich beschleunigende Prozeß übertrug sich auf die demoskopischen Zahlen, die fortan in medialen Präsentationen in den Spitzengremien stärkere Beachtung fanden. Das durch die Demoskopie vermittelte Bild in den Medien wurde als so bedeutsam und die Zahlen als so wirksam eingeschätzt, daß die interne Diskussion über die Darstellung der politische Lage mehr und mehr Raum einnahm. Einzelne Vorfälle zur propagandistischen Nutzung von Zahlen durch den politischen Gegner, die zuvor durch eine einfache Pressemitteilung als erledigt angesehen worden wären, wurden nun zum Thema in Parteivorstand und Präsidium. Spätestens seit Brandts Vorwürfen gegenüber Infas auf der internen Auswertungsveranstaltung, mit denen er implizierte, sie trügen eine Teilschuld an dem Wahlergebnis, wurde Infas zur Zielscheibe und wurden mediale Fragen der Darstellung durch Meinungsforschung noch stärker beachtet als zuvor. Infas geriet in die Diskussion, da verschiedene Veröffentlichungen seinerseits – insbesondere zu den Wahlrechtsuntersuchungen – als nicht hilfreich kritisiert wurden.⁴⁸ Außerdem wurde es als unpassend erachtet, daß sich Klaus Liepelt 1968 um eine Bundestagskandidatur in Dortmund bemühte.⁴⁹

Parallel zu der innerparteilichen Entwicklung verstärkte sich die mediale Präsenz der Meinungsforschung Ende der sechziger Jahre von eher vereinzelt Daten zu großen Mengen. Die öffentliche Sichtbarkeit der Daten führte zu einer intensiveren Beobachtung der demoskopischen Präsenz in der Presse, was sich auch in der Bewertung und schließlich auch dem Umgang mit Daten niederschlug. Dieser Wandel brachte es mit sich, daß die politischen Akteure – statt auf die Daten zu achten – sich selber stärker der Frage widmeten, wie die Umfragen strategisch zu verwenden seien. Die expliziten Bezüge zu den Medien erforderten eine schnellere Bearbeitung der Umfragen, da es als entscheidend galt, die Wirkungen der Darbietung in den Massenmedien zu erfassen, um damit wiederum adäquat politisch umzugehen. In dem Maße, wie die zeitliche Distanz zwischen politischen Handlungen, der Berichterstattung in den Medien sowie deren Beobachtung (und Bewertung) und Reaktion

⁴⁷ Am deutlichsten spricht diese Beobachtung Erwin Schoettle im PV am 21./22. 6. 1968 aus.

⁴⁸ Den größten Ärger bereitete die Diskussion um das Wahlrecht, vgl. Kap. 3,3,c, S. 249f. Am 7. 11. 1968 (wie öfter in dem Jahr) war Infas Thema im Präsidium, das sich über eine Veröffentlichung des Instituts zur Mitbestimmung ärgerte, da die Daten letztlich der CDU für deren Argumentation genützt hätten.

⁴⁹ Wischniewski sollte Liepelt davon abbringen, da Schiller in Dortmund einen Wahlkreis erhalten sollte. Liepelt wurde daraufhin lediglich »Huckepack«-Kandidat in Olpe. Als er das Mandat 1971 übernehmen konnte, trat er es nicht an. Vgl. Präsidiumsvorlagen am 24. 10. 1968; Brief Liepelt an Wischniewski und Nau am 22. 6. 1971, zu dem er die Presseerklärung mitschickte, AdsD PV 3331.

darauf zusammenschmolz, gewann die zeitliche und reaktive Flexibilität an Bedeutung. Das Verhältnis von Politik und Öffentlichkeit wurde darüber verändert.

Es wurde zur Gewohnheit, die Umfragedaten aller zur politischen Demoskopie beitragenden Institute, darunter sogar das eigentlich als unseriös erachtete Wickert, zu beobachten und auszuwerten.⁵⁰ Die Aufmerksamkeit gegenüber den Umfragedaten verdankte sich nicht allein dem gestiegenen Interesse an den Daten und ihrer medialen (sowie ansteigenden) Darstellung, sondern auch der Personalaufstockung im Parteivorstandsapparat und einer damit verbundenen Erhöhung der Bearbeitungskapazität. Die Daten wurden im Einzelfall weitergereicht und Synthesen aus verschiedensten Umfragen hergestellt. Auf diese Weise erhöhte sich bei den sich so informierenden politischen Akteuren das Datenwissen an sich sowie die Bedingungen ihrer Produktion, da in Vorlagen mit Vergleichen die Zahlen differenziert aufgefächert und Unterschiede erläutert wurden. So erklärt sich, daß bei einzelnen politischen Akteuren die Umfragedaten zu einer regelmäßigen Information wurden, die sie zur Orientierung in der politischen Landschaft gerade in Wahlkämpfen oder sonstigen unübersichtlichen politischen Situationen benutzten und sie sogar in ihren Tagebüchern verarbeiteten.⁵¹

Durch die mediale Präsenz wurde die Glaubwürdigkeit jedoch nicht grundsätzlich geschwächt. Vielmehr bezeugte die Datenvielfalt die multiplen Verwendungs- und Deutungsperspektiven. Die sich verstärkende mediale Präsenz, die sowohl durch die publizistischen Bemühungen der Institute als auch durch einen größeren parteipolitischen Einsatz gefördert wurde, verwandelte die Umfragen kaum merklich von einem ursprünglich geheimen (wenn auch immer öffentlich beobachteten) zu einem allgemein öffentlich verfügbaren Instrument der Politik. Gleichzeitig erstarkte die Kritik an der Meinungsforschung als Manipulationsinstrument.⁵² Die gesellschaftliche Debatte wurde in die SPD hineingetragen. Dies kann zum einen als eine Reaktion auf die verstärkt thematisierte Demoskopie auch innerhalb der SPD zurückgeführt werden, zum anderen kann es aber auch als eine Reaktion der neuen, jüngeren Mitglieder, die eine andere Vorstellung von der politischen Planung besaßen, gedeutet werden. Wenn dies auch letztlich nicht geklärt werden kann, so ist dennoch festzustellen, daß ab dem Ende der sechziger Jahre eine in offiziellen Aussagen feststellbare Zunahme an vorsichtigen Äußerungen zum Sinn und Nutzen der Meinungsforschung zu beobachten ist. Die Differenzierung der Umfragedaten und Eingriffsmöglichkeiten in die Deutung anhand der spezifischen Auslassung bestimmter Information wurden geläufiger Gegenstand der Diskussionen in den Führungsgremien.⁵³ Es wurde Skepsis gegenüber Veröffentlichungen von Umfrageer-

⁵⁰ Vgl. Unterlagen in der nach Instituten sortierten Akte AdsD PV 1355; Protokoll der Zentralen Wahlkampfleitung, Sitzung am 8. 5. 69, AdsD 2/PVAR000049.

⁵¹ Zwei Beispiele dieser Art liefern in veröffentlichten Selbstzeugnissen W. BRANDT, Erinnerungen, 1974, hier S. 44–50 (vor der Wahl 1972); P. GLOTZ, Kampagne in Deutschland, 1986, hier S. 258 ff., 295 (vor der Wahl 1983).

⁵² Zur medialen Präsenz der Meinungsforschung und der Kritik vgl. Kap. 5,3.a.

⁵³ Vgl. Protokoll der PV-Sitzungen 1968 und 1969.

gebnissen mit dem unterstellten Ziel einer Manipulation der Bürger geäußert, aber auch Möglichkeiten des eigenen Einflusses bei geschicktem Einsatz der Umfragen – nach außen wie nach innen – wurden stärker erkannt. Willy Brandt, der in Gremien in der Regel ausführlich auf Umfragen rekurrierte, wies in seinen Erläuterungen zur politischen Situation am Anfang der siebziger Jahre wiederholt auf die Problematik der Verlässlichkeit und Seriosität der Meinungsforschung hin.⁵⁴ Es erklärt zum Teil die Vorsicht, mit der die Umfragen und Konzepte für die Wahlkampf vorbereitungen weitergegeben wurden, steht aber im Kontrast zur zunehmenden Offenheit, mit der sich die SPD zu demoskopischen und sozialwissenschaftlichen Grundlagen bekannte und die Daten weitergab. So konnte es auch dazu kommen, daß Hans-Jürgen Wischniewski 1969 in enger zeitlicher Nähe zum einen forderte, Sonntagsfragen in den letzten Wochen vor der Wahl nicht mehr zu veröffentlichen (verbotsweise oder durch freiwilligen Verzicht), zum anderen aber den eigenen Wahlkampf bewarb, indem er auf eine umfassende demoskopische Untersuchung hinwies.⁵⁵

Die neue Bestimmung der Rolle der Massenmedien und der Daten darin war Ergebnis wie auch Ansatzpunkt der Überlegungen von Infratest. Das Institut bezog sich generell auf Beobachtungen in den Massenmedien, auf die eine medial ausgerichtete Reaktion folgte. Doch sein Ansatz überzeugte nicht unbedingt durch das Angebot einer angemessenen Reaktion, sondern einer die Aktionsweisen der Massenmedien antizipierenden (steuernden) Aktion. Zur Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit gehörte für das Institut die umfassende exakte Beobachtung einzelner politischer Phänomene und Ereignisse sowie ihrer Darstellung in den Medien und ihrer Bewertung durch die Bevölkerung. Ernst und Bauer beachteten einzelne Auftritte politischer Akteure genauso wie andere Darstellungsfragen der Partei oder die Präsentation inhaltlicher Aspekte. Sie zogen die Untersuchung einzelner Fernsehauftritte sogar für die Einschätzung genereller Fragen, beispielsweise zur Einschätzung bestimmter Stärken in der Selbstdarstellung Brandts, heran.⁵⁶ Damit ließen sich Darstellung und Inhalt nicht trennen. Sie hatten die Idee, daß bestimmte Inhalte auch durch Formen der Darstellung transportiert werden könnten. Diese Idee goß Infratest in die Form von expliziter Personalisierung und Emotionalisierung der Darstellung, da diese beiden Faktoren für wahlentscheidend gehalten wurden: Gerade Personen könnten aufgrund ihrer ›Materialität‹ im Gegensatz zu abstrakten Themen wie der ›Mitbestimmung‹, die sie für kaum vermittelbar hielten, Emotionen wecken und Meinungen beeinflussen. Demnach waren auch scheinbar nichtpoliti-

⁵⁴ Vgl. die zurückhaltenden Aussagen Brandts auf der Parteiratssitzung am 20.3.1972 (PV-Protokoll); vgl. als weitere Beispiele die Überschrift des Kapitels zur Rolle der Meinungsforschung in einer Auswertung der Bundestagswahl 1972: »Umfrageforschung zum Wahlkampf: Umfragen – kein Ersatz für praktische Politik«, AdSD, WBA, Wahlen 23; SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Jahrbuch SPD 1970–1972, 1972, S. 266.

⁵⁵ Vgl. Wischniewski im PV am 4.3.1969; Presseerklärung nach der PV-Sitzung am 13.12.1968 (Anlage).

⁵⁶ Vgl. z.B. die »Stellungnahme von Wolfgang Ernst zu dem Trend-Bericht ›Wählerforschung für die SPD‹«, AdSD NL Bauer 9.

sche Themen und auch private Aspekte für die politische Meinungsbildung zu nutzen. Damit übernahm Infratest einen Ansatz der CDU-typischen Ansprache einer starken Personalisierung des Kanzlers, die bereits bei Adenauer über private Aspekte hergestellt worden war, doch wurde nun eine demoskopisch fundierte Suche danach veranstaltet. So wurde auch die Popularität Rut Brandts dafür abgefragt, und auch der Streit zwischen Willy Brandt und seinem Sohn Peter wurde daraufhin durchleuchtet und von Leo Bauer medial mitgestaltet. Diese strategisch aufs Private zielende Personalisierung bildet bis 1990 jedoch die Ausnahme, auch wenn Personalisierungsstrategien zunahmen.⁵⁷

Infratest setzte nicht nur auf Einstellungen, sondern auch auf die Problematik der Beobachtungsmöglichkeiten der Bevölkerung bei massenmedialer Berichterstattung. Mit anderen Worten: Es griff die Problematik der Eingriffsmöglichkeiten der Parteien in die massenmediale Darstellung auf. Diese mediale Vermittlungsperspektive von Politik wurde auf die Gegnerbeobachtung übertragen. So fand nach Darstellung von Infratest die Auseinandersetzung nicht um Inhalte statt, sondern um die Besetzung der Themen und deren Vermittlung durch eine Partei, und das mit einer positiven Konnotation der Aktivität, so daß es nicht darauf ankam, der gegnerischen Partei nur ein besseres Konzept entgegenzustellen oder sie inhaltlich zu bekämpfen, sondern in der Auseinandersetzung mit ihr auf ihre Vermittlung zu zielen. Der Wahlkampf der CDU sei demnach in der Vermittlungssphäre, auf der Metaebene, anzugreifen: Übersetzt hieß dies, die CDU in ihrem Bezug auf ihre Wahlkampf Bemühungen als unglaubwürdig darzustellen, um vor allem sich in letzter Sekunde entscheidende Wähler zu beeinflussen.⁵⁸ So spielten bei den Überlegungen zu Untersuchungen wie auch der Umsetzung von Ergebnissen ein »Meinungsklima«, seine Produktion und die Perzeptionsbedingungen der Wählerschaft eine große Rolle, ganz ähnlich zur Idee eines »doppelten Meinungsklimas« bei den Untersuchungen des IfD, aus dem Elisabeth Noelle-Neumann die Schweigespirale ableitete. So erachtete Infratest es als unerlässlich, den Wählern vorzuführen, daß die Bevölkerung an einen Sieg der SPD glaube, um damit die Glaubwürdigkeit zu steigern und darüber Wähler zu gewinnen. Es ging nicht mehr darum, das Ansehen »direkt« zu steigern, sondern die Zuschauer durch entsprechende Darstellung davon zu überzeugen, daß dem so sei. Diese Strategie setzte vor allem auf den hohen Einfluß der Medien auf das Meinungsklima und auf die Meinungsbildung der Wähler. Dieses Prinzip ent-

⁵⁷ Vgl. dafür Brief Bauer an Brandt am 14. 05., Antwort am 17. 5. 1968, AdsD, WBA, Pers. Korrespondenz 1; Brief Bauer an Brandt zu Umfrageergebnisse am 10. 10. 1968, AdsD NL Bauer 9; J. WILKE/C. REINEMANN, Kanzlerkandidaten, 2000; für den Wahlkampf Adenauers mit privaten Aspekten vgl. F. BÖSCH, Das Politische als Produkt, S. 239 f. Zum demoskopischen Diskurs der Popularität und des Profils politischer Akteure vgl. Kap. 4.2.d.

⁵⁸ Vgl. Brief Unholzer an Bauer, in dem er diesen Gedanken der Thematisierung der Metaebene ausführt, AdsD PV 3331.

sprach keiner wirklich neuen Erkenntnis, doch waren bislang die Medien nicht in dieser Form strategisch miteinbezogen gewesen.⁵⁹

Zwischen 1969 und 1972 vollzog sich ein folgenreicher Wandel in der kommunikationstheoretischen Auffassung von Infratest wie auch der SPD: Die Polarisierung der Medien führte zu der Auffassung, nicht nur ergänzend kommunizieren zu müssen, sondern alternativ. Die interpersonale Kommunikation stellte sich als entscheidendes Instrument der Mobilisierung für die Wahlkämpfe 1969 mit dem »Demokratischen Gespräch« sowie 1972 als systematisch angelegte Mitgliederaktion heraus.⁶⁰ Die Umsetzung erfolgte dabei sowohl aus der Überzeugung heraus, daß die Primärgruppen den wichtigsten Einflußfaktor bildeten, wie auch aus der Zuschreibung, daß die Medien eine hohe Wirkungsmacht besäßen. So wurde 1972 die Ansprache im Wahlkampf als eine vorwiegend direkte Kommunikation konzipiert und dies massenmedial kommuniziert. Die alternative Herstellung einer situativen Öffentlichkeit wurde stellenweise als »Gegenöffentlichkeit« gedeutet, was wiederum weniger über die Qualität der Mobilisierung als über die Wahrnehmung der polarisierten Stimmung in Teilen der SPD auszusagen vermag.⁶¹ Gezielte personale Kommunikation als Überzeugungsinstrument einzusetzen und das ganze als »Mitgliederwahlkampf« medial zu präsentieren, wurde damit auf die Spitze getrieben, unterstützt von der fortgeschrittenen Technik der Telefonumfragen und den Maßnahmen einer selbständig organisierten Massenkommunikation.⁶² Da kein direkter Zugriff auf die Darstellung in den Medien möglich war, wurde die direkte Ansprache erweitert durch die Produktion eigener »Massenmedien«. Es wurden Flugblätter produziert, die direkt auf die massenmediale Wahrnehmung der Wähler wirken sollten. So wurde 1976 die Verbreitung von Material durch den Einsatz der neuen Telefaxgerätetechnik vereinfacht. Damit wurde eine sofortige einheitliche Reaktion auf TV-Sendungen (oder auch bestimmte politische Ereignisse) durch ein Flugblatt ermöglicht, das zur Vervielfältigung per Fax in der Nacht nach einer Sendung verschickt wurde; zuvor hatte dies das Info-Blatt »TV-intern« mit längerem Zeitabstand besorgt.⁶³ Nun wurden Interpretationen der am Abend zuvor gesehenen Sendung o. Ä. am Morgen danach an die Wähler geliefert. In demoskopischer Hinsicht wurden allgemeine Umfragen sowie Umfragen in Reaktion auf bestimmte Er-

⁵⁹ Allgemein wird Elisabeth Noelle-Neumann der Verdienst zugesprochen, die Medienwirkungsforschung entdeckt zu haben, nachdem die Dominanz der frühen amerikanischen Wahlstudien mit ihrer Betonung der Primärgruppen als entscheidendem Einflußfaktor diesen Untersuchungsansatz blockiert hatte, was soweit sicherlich richtig ist, da sie darüber publiziert hat und nicht Infratest. Vgl. T. MERGEL, *Stil der Sachlichkeit*, 2003, hier S. 32; vgl. Ausführungen zum »Mitläufer-Effekt« Kap. 4.2.a.

⁶⁰ Vgl. Infratest, »Überlegungen zu einer Mitgliederaktion« und dazugehörigen Vermerk Borstell an Riegger am 14. 6. 1972, AdSD PV 14402; zum Zusammenhang von Demoskopie und direkter Kommunikation vgl. auch A. KRÜKE, *Kampf um die Deutungshoheit*, 2004.

⁶¹ Vgl. Unterlagen zur Zusammenstellung des Entwurfs in AdSD, WBA, Wahlen 40.

⁶² Für die Organisation der medialen Arbeit und auch der Nutzung der Umfrageforschung vgl. die Beschreibung des damaligen Wahlkampfleiters A. MÜLLER, *Willy wählen*, 1997.

⁶³ Vgl. zum Faxsystem Angaben in AdSD, WBA, Wahlen 40.

eignisse oder TV-Sendungen verarbeitet, die mit den Daten nicht nur dargestellt, sondern interpretiert oder »richtig gestellt« wurden. Die dahinter stehende Kommunikationsidee bestand in der Konkurrenz zur Deutung der *Bild*-Zeitung, die erst in der Mittagspause gelesen wurde, während die Flugblätter bereits vor den Werkstoren verteilt worden waren und mit knappen Worten eine Alternative oder Korrektur zur Sichtweise der *Bild*-Zeitung boten.⁶⁴

Zwischen 1968 und 1976 verschob sich für die SPD die Sichtweise auf das Verhältnis von Politik und Öffentlichkeit grundlegend. Aufgrund der medialen Berichterstattung und der politischen Polarisierung, die sich auch auf die Medien übertrug, entwickelte die SPD spezifische Kommunikationsmodelle, die gerade auch in der politischen Praxis grundlegend von den Vorstellungen von Infratest zu Prozessen der Meinungsbildung und -steuerung beeinflusst wurden. Ihre Wahrnehmung dieser Veränderungen schärfte die Partei dabei anhand der Beobachtung der Einsatzweise der Meinungsforschung, die zu einem Indikator der Entwicklung wurde.

c) *Die Ausweitung der demoskopischen Kampfzone: Infas versus Infratest 1968–1980*

Die Hinwendung zu Infratest ließ sich nicht allein auf sein Deutungsangebot und die veränderte Situation nach 1966 zurückführen. Auch das personelle Netzwerk der SPD veränderte sich. Alte Kollegen fielen heraus und bisherige Ansprechpartner wie Wehner standen nicht mehr zur Verfügung. Die Korrespondenz beschränkte sich auf konkrete Verhandlungen und der Ton verlagerte sich auf eine geschäftsmäßig-freundliche Ansprache.⁶⁵ Das Verhältnis zwischen Infas und den Mitarbeitern des Parteivorstandes war distanziert und verschlechterte sich in den folgenden Jahren. Die groben Skizzierungen für die üblichen wahlkampfvorbereitenden Untersuchungen reichten den Mitarbeitern im Parteivorstand nicht mehr aus, um den Zuschlag für die Hauptuntersuchungen zu erteilen.⁶⁶ Gegenüber den Ausführungen der Studienprogramme von Infratest wirkten die Darstellungen bei Infas hausbacken und veraltet. Die Angebote des Instituts stießen aufgrund ihrer allgemeinen Formulierungen und der geringen Klarheit und Transparenz auf Kritik. Ebenso wurde das Berichtswesen als nicht transparent genug abgelehnt, da das Institut auf genauere Angaben zu den Samples und zur Methode verzichtete. Infratest hatte demnach mit seiner auf Nachvollziehbarkeit angelegten Arbeitsweise Standards gesetzt. Infas erhielt lediglich Seitenaufträge. Diese erstreckten sich zunächst darauf, in bewährter Manier Werbemittel in Form von Farben, Schriften und Slogans zu testen.⁶⁷ Dafür

⁶⁴ Vgl. dafür A. MÜLLER, Willy wählen, 1997, S. 114; SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Jahrbuch 1970–1972, S. 263f., 276f.

⁶⁵ Schließlich ging auch der letzte engere »Vertraute«, Karl Garbe, 1969 für ein Jahr in Urlaub. Vgl. Präsidiumsprotokoll am 6. 2. 1969.

⁶⁶ Vgl. Vermerk von Infas, 23. 8. 1968, AdsD PV 1355; Angebot von Hartenstein »Umfragen und Analysen Herbst 1868«, 15. 10. 1968, AdsD PV 3331.

⁶⁷ Untersuchungen ab 1967 dazu: Infas, »Die wirksamste Farbkombination für SPD-Plakate – Bericht über einen Farbttest«, 1967, AdsD PV 04658; Infas-Bericht vom September 1968 zur Unter-

arbeitete es eng mit der neu formierten Agentur ARE zusammen, die schließlich für die Werbung des Wahlkampfes zuständig war.⁶⁸ Darin bestand sein einziger Anknüpfungspunkt zur engeren Gruppe des Wahlkampfes beim Parteivorstand. Daneben lief der Auftrag zur Trendbeobachtung weiter, der im Laufe des Wahlkampfes durch einige Sonderuntersuchungen ergänzt wurde.⁶⁹

Auch nach der Wahl 1969 wurde die vertragliche Beziehung zu Infas fortgesetzt. Wischnewski konnte sich mit der Begründung durchsetzen, daß die Demoskopie nicht vollständig über die Bundesregierung laufen könne, da die Geheimhaltung im Bundespresseamt nicht garantiert sei. Zudem seien zur Sicherheit der Ergebnisse beide Institute, Infas wie Infratest, zu engagieren.⁷⁰ So unternahm Infas 1971 eine erste vorbereitende Untersuchung für die folgenden Bundestagswahlen. Im ersten Teil, »Wahlen 1973«, analysierte es die Wahlergebnisse seit 1969 und stellte aus diesem Anlaß das neu entwickelte Computer-Programm zur Feststellung von »Wählerströmen« vor, an dem Infas schließlich seit den »Thesen zur Wählerfluktuation« gearbeitet hatte.⁷¹ Im zweiten Teil, »Wähler 1973«, präsentierte das Institut eine darauf aufbauende Analyse der Wähler, die an die vorherigen Analysen zum drohenden Verlust im Arbeiterbereich angeschlossen und erneut für eine regionale Differenzierung warb.⁷² Damit hielt es explizit an seiner in den sechziger Jahren entwickelten Wählertypologie fest, während Infratest zur selben Zeit darauf bestand, daß sich Grundeinstellungen der Wähler änderten.⁷³ Das »Wählerwanderungsmodell« war in den Kommunalwahlen in Hessen und Niedersachsen 1972 erprobt worden, wurde aber am Wahlabend 1972 durch seine Vorstellung in der ARD mit einem Schlag berühmt, da es den haushohen Sieg der SPD nach Wählergruppen aufzuschlüsseln vermochte

suchung der Mitgliederinformation »Bonner Depesche«, AdsD PV 1524; Protokoll der AG Information am 22. 10. 1968, AdsD, WBA, SPD 33; »Farben, Schriften, Slogans: Wichtige Ergebnisse einer Intensivstudie«, März 1969 (qualitative Untersuchung) und »Bürger sagen ihre Meinung. Resonanz einer Anzeigenserie«, Februar 1969 (Testimonial-Pretest), AdsD PV 1355; Vorbericht dazu: Infas, »Reaktionen auf drei Anzeigen-Entwürfe – eine qualitative Untersuchung an einer kleinen Befragungsgruppe«, Januar 1969, AdsD PV 02040.

⁶⁸ Vgl. Brief Hartenstein mit solchen Verweisen an Wischnewski am 6. 12. 1968, Infas an Werner Müller am 20. 2. 1969, AdsD PV 1355.

⁶⁹ Vgl. Briefe Liepelt an Wischnewski am 10. 03. und 25. 4. 1969, AdsD PV 3331. In den Präsidiumsprotokollen findet sich kein Nachweis über die Auftragsvergabe. Die Berichte »Meinungen über Parteien und Politiker«, ab Mai 1968 (bis Ende 1969) finden sich in AdsD PV 02044; erweiterte Fragestellung in folgenden vorliegenden Kurzberichten von Infas: »Wählermeinungen und Wahlverhalten. Messwerte der Parteisymphathien: 1965 und 1969«, »Wählermeinungen und Wahlverhalten. Gewinne und Verluste zwischen 1965 und 1969«, beide August 1969, AdsD PV 02043; Infas, »Tendenzen und Chancen. Zwei Wochen vor der Wahl«, AdsD PV 3331.

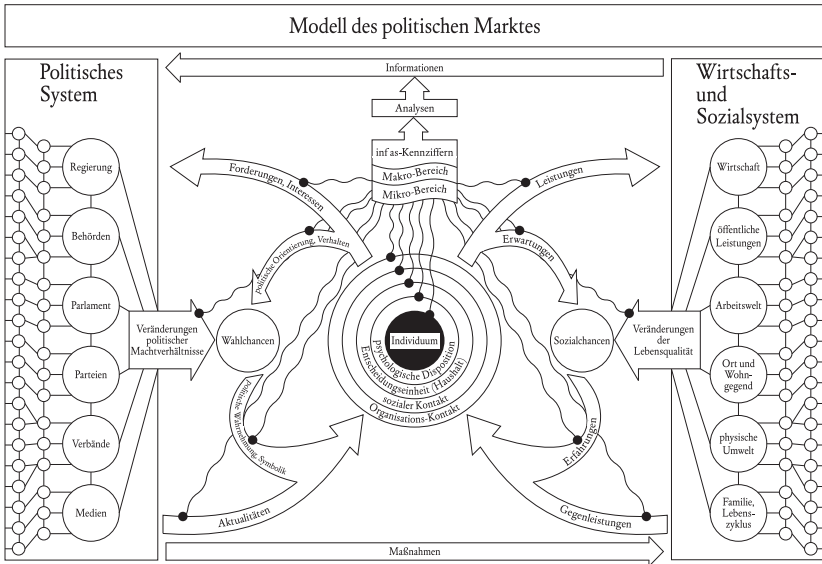
⁷⁰ Vgl. Manuskript Wischnewski »Arbeitsprogramm 1972/73«, am 7. 10. 1971 an die Mitglieder der kleinen Arbeitsgruppe 72/73 geschickt, AdsD, WBA, SPD 208.

⁷¹ Liepelt präsentierte am 11. 11. 1971 im Präsidium die Ergebnisse. Vgl. Protokoll und Kurzbericht von Infas; K. LIEPELT/A. MITSCHERLICH (Hrsg.), Thesen zur Wählerfluktuation, 1968.

⁷² Vgl. Brief Albrecht Müller am 3. 1. 1972, AdsD, WBA, SPD 65; Berichte in AdsD 1/AMAD000222.

⁷³ Für das Projekt »politische Psychologie« vgl. Kap. 3.4; für eingehendere Behandlung der Wählertypologie vgl. Kap. 4.2.b.

Abbildung 2: Modell des politischen Marktes



Aus: K. LIEPELT, Einleitung, 1977, S. 8.

und ihn damit in Ansätzen erklärbar werden ließ.⁷⁴ Doch schon bald wurde dieses Wählerwanderungsmodell als unzuverlässig und spekulativ betrachtet, da es aufgrund der fehlenden statistischen Daten des amtlichen Wahlergebnisses nur erste Anhaltspunkte liefern, aber durch die Präsentation im Fernsehen bestimmten Interpretationen Vorschub leisten könne. Im Abgleich mit der repräsentativen Wahlstatistik stellte sich heraus, daß die von Infas berechneten vorgeblichen Wählerströme der SPD in der Hamburger Bürgerschaftswahl 1974 falsch waren und eine Fehlerquote von bis zu 20 Prozent aufwiesen.⁷⁵ Die Frage der Wählerwanderungsberechnung wurde damit zu einem zentralen Kritikpunkt an Infas, das dennoch an dem Modell weiter arbeitete und es statistisch verbesserte.⁷⁶

⁷⁴ Vgl. für den Testlauf das »Politogramm. Infas-Wanderungsbilanz für Hessen und Niedersachsen, November 1972 – Analyse der Kommunalwahlen 1972«, AdsD 1/AMAD000223.

⁷⁵ Vgl. Werner Müller (inzwischen BPA), 30.1.1975, »Einige Folgerungen aus der repräsentativen Wahlstatistik der Landtagswahlen in Hamburg, Niedersachsen und Bayern«, AdsD 1/AMAD000224. Desweiteren finden sich Verweise auf die Unzuverlässigkeit der Berechnungen in Nebensätzen anderer Bewertungen irgendwelcher Angebote oder Berichte des Instituts. Vgl. u. a. Vermerk Borstell an Börner am 4.12.1974 zur Bayernwahl, AdsD PV 13904.

⁷⁶ Vgl. Vermerk E. Jaedtko (Mitarbeiter von Helmut Schmidt im PV) an Schmidt zur medialen Verbreitung wie zur fehlenden wissenschaftlichen Absicherung des Modells am 19.12.1972, AdsD Dep. Schmidt 5814; Aussage Brandts auf der Präsidiumssitzung am 5.3.1974, in der er sich dem ablehnenden Tenor der Vorlage der Abteilung anschloß; Vorlage für die PV-Sitzung am 8.3.1974; Vorlage für die Präsidiumssitzung am 23.4.1974 zum Infas-Report, »Wahlen in Hamburg 1974«.

In den nächsten Jahren setzte Infas weiterhin auf immer stärker computergestützte Verfahren der Wahlkampf vorbereitung. Damit pflegte es zugleich seinen streng sozialwissenschaftlichen Ansatz der Wählerforschung, was zumindest Aufträge im Wahlkampf 1972 zur Bearbeitung der sozialstrukturellen Statistiken einbrachte, auch wenn eine Stimmenzielplanung zur besseren Unterstützung spezifischer Untergliederungen als Regionalisierungsmaßnahme zu spät kam, um noch für die Wahl erfolgreich umgesetzt zu werden.⁷⁷ Infas legte danach ein Gesamtangebot zur demoskopischen Beratung vor, da der Parteivorstand bereits 1973 die Planung zur Meinungsforschung bis zur Wahl 1976 begann, zumal jenes Jahr keine Wahlen vorsah. Es wurde jedoch von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit abgelehnt, da die Anlage der Untersuchungen nicht flexibel genug schien.⁷⁸ So wurde Infas darauf festgelegt, bis auf weiteres die Untergliederungen auf Landesebene demoskopisch für Wahlen zu betreuen und daneben Einzelaufträge zu bearbeiten. Das Institut arbeitete für verschiedene Bundesländer noch bis in die 1980er Jahre hinein. Gleichzeitig wurde die Abteilung mit der stärkeren Betreuung der Landtagswahlkämpfe zur professionelleren Durchführung und verbesserten Kontrolle durch den Parteivorstand beauftragt. Dabei sollten auch die Untersuchungen abgestimmt werden, die Infas und später auch zunehmend Infratest übernahmen.⁷⁹ Diese Pläne brachten jedoch auch ein verstärktes finanzielles Engagement mit sich – bereits 1973 reichte das erste vierteljährliche Budget nicht mehr aus, obwohl die Untergliederungen auch selber zahlten.⁸⁰ So näherte sich die SPD dem von der CDU beziehungsweise dem SFK in den 1970er Jahren angewandten System der demoskopischen Betreuung der Länderebene an. Dabei stach vor allem die Zusammenstellung einer Wahlstatistik hervor, vergleichbar mit der in den sechziger Jahren. Nachdem im Parteivorstand zunächst am Ende der sechziger Jahre die Untersuchungen zu Strukturanalysen abgebrochen worden und für den Wahlkampf 1969 de facto weggefallen waren, wurden sie hier mit umso grö-

⁷⁷ Vgl. Vermerk Borstell an Albrecht Müller am 9. 5. und 28. 7. 1972, AdsD PV 12721; Vermerk zum Angebot von Infas, vom dem nur die Stimmenzielplanung übrig blieb, Albrecht Müller an Börner am 28. 3. 1972, AdsD PV 13897; Einschätzung der Wirksamkeit im Vermerk Borstell an Börner am 13. 3. 1973, »Soll-Ist-Vergleich der Stimmenzielplanung von Infas«, AdsD PV 13899.

⁷⁸ Vgl. Angebot Infas, Vermerk Borstell an Börner am 30. 5. 73: »Wählerforschung. Hier: Infas-Angebot zur Wahlkampf-Beratung« und Vermerk Börner an Riegger am 7. 6. 1973, »Infas-Angebot für die Wahlkampf-Zusammenarbeit 1973–1976«, ebd.

⁷⁹ Vgl. Unterlagen zu entsprechenden Landtagswahlen in den Protokollen von PV und Präsidium; Brief Liepelt an Börner am 22. 6. 1973, Unterlagen zu den Einzelstudien, AdsD PV 14471; Korrespondenz von Infas mit verschiedenen Untergliederungen in Durchschrift in AdsD PV 3331; vgl. auch Tätigkeit für den SPD-Landesverband in Nordrhein-Westfalen 1976/77 in HStA Ddorf RW 250, 382. Vgl. auch u. a. Notizen und Einladungen zu Gesprächen zur Planung mehrerer Landtagswahlkämpfe ab 1973; Vermerke Borstell oder Riegger in AdsD PV 13899; ebenso in AdsD PV 13904; Notizen zu Borstells Besuchen in Bayern 1974, AdsD PV 13836; für frühes Engagement von Infratest, Wählerforschung für die SPD in Bayern. Kurzfristiges Untersuchungsprogramm, Dokumentation: Tageszeitungen in Bayern. München, 1970 (Bibliothek der FES); für weitere Untersuchungen vgl. AdsD PV 74–101 und Unternehmensarchiv Infratest.

⁸⁰ Vgl. Vermerk Börner an Nau über Erhöhung von 135 000 auf 200 000 DM am 11. 7. 1973, AdsD PV 14279.

ßerer Vehemenz erneut aufgegriffen. Infas sollte dafür 650 000 DM erhalten, so daß es damit für die ausbleibenden Aufträge auf Bundesebene entschädigt war.⁸¹

Insgesamt sah sich Infas in der Zeit zwischen 1974 und 1977 ständigen Kämpfen um Zeit, Methode, Transparenz und einer wachsenden Kritik gegenüber seiner Veröffentlichungspraxis ausgesetzt. Währenddessen wurden Untersuchungen zu Werbemitteln anderweitig vergeben, zum Beispiel 1974 eine Begriffsuntersuchung an ein Institut der Universität des Saarlandes.⁸² Neben Kritik an den fehlenden Angaben zu Sampling und Methodik wurde der Vorwurf laut, daß das Institut sich nicht an vereinbarte Zeitabläufe hielt. Dies bedingte und verstärkte sich jedoch zum Teil durch eine stärkere schriftliche Fixierung aller Abläufe und dem Anspruch der Abteilung, diese Termine einzuhalten; in den sechziger Jahren hatte es keine solche Regelungen für Infas gegeben. Die Abteilung legitimierte ihre Auseinandersetzung mit Infas, indem sie sich auf ihren wissenschaftlichen Anspruch einer sozialdemokratischen Demoskopie berief, die sie Infas damit weitgehend absprach. Neben Infratest konnte in den Augen der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit höchstens die erst zu Beginn der siebziger Jahre gegründete Forschungsgruppe Wahlen bestehen.⁸³ Damit hatte sich die Vorstellung von »Wissenschaftlichkeit« innerhalb des SPD-Apparats von der Anwendung soziologischer Kriterien zur Beobachtung und Beschreibung von Gesellschaft auf die Einhaltung bestimmter nachvollziehbarer Verfahren, wie Infratest sie bot, verschoben. Verstärkt wurde die Bindung an Infratest durch die Mitarbeit junger Akademiker des Instituts, die sich mit den ebenfalls neuen Mitarbeitern der Abteilung gut verstanden.⁸⁴ Zusammengekommen förderte dies die Kritik der Abteilung an so ziemlich allen Aktivitäten von Infas, während das Konkurrenzunternehmen Infratest in allen Belangen als positiver Gegenpol fungierte.⁸⁵ Die Abteilung arbeitete zum Beispiel auch ein genaues Frageraster für die Präsentation einer Umfrage durch Liepelt aus, um damit zu verhindern, »daß die Zuhörer von vorneherein auf eine bestimmte Auffassung festgelegt werden.«⁸⁶ Ein dahinter verschwindender Grund der Ablehnung von Infas bestand in der Annahme, daß Infas nicht gewollte Interpretationen in der SPD repräsentiere und stütze.

⁸¹ Darin war jedoch bereits die Fortschreibung bis ins Wahljahr eingeschlossen. Vgl. streng vertrauliche Übersicht zum »Umfrageforschungsprogramm seitens des PV«, vorgelegt (und wieder eingesammelt) am 16. und 30.10.1973 im Präsidium; Vermerk an Wischniewski am 9.2.1969, AdSD 2/PVAR000064; Unterlagen zu den Einzelstudien in AdSD PV 14471.

⁸² ARE vergab den Auftrag im Rahmen ihrer Arbeit für die SPD, vgl. Heiko Flottau, »Das Wort ›Juso‹ reizt alle Parteien«, SZ vom 2.8.1975. Die Studie erschien in der Reihe des Instituts für Konsum- und Verhaltensforschung im Institut für empirische Wirtschaftsforschung an der Universität des Saarlandes: W. KROEBER-RIEL/C. D. BARG/U. BERNHARD, Politische Schlagworte im Wahlkampf, 1975.

⁸³ Vgl. Vermerk Bentele an Börner am 20.9.1976 über Zahlen der FGW, AdSD PV 13887.

⁸⁴ Dazu gehörte bei Infratest neben dem (nicht mehr ganz so jungen) Mitarbeiter Gerhard Unholzer, der schließlich seit 1965 dabei war, vor allem Horst Becker, der in den späten sechziger Jahren hinzukam. Interview mit Horst Becker am 7.11.2001.

⁸⁵ Vgl. dafür die harten Briefwechsel über die verschiedenen Kritikpunkte in AdSD PV 14406.

⁸⁶ Vermerk Borstell an Börner am 20.3.1974: »Besprechung zum Wahlkampf in Hamburg und Niedersachsen, FES, 22.3.74«, AdSD PV 13904. In den Vermerken wurde sorgfältig darauf geachtet,

Mit der Zuschreibung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit von Infas zum ›konservativen‹ Part der SPD wies diese sich selber automatisch dem ›linken‹ (jungen) Teil der Partei zu. Aus diesem Grund und wegen der unterschiedlichen Interpretationen von Wahlergebnissen gerieten die zwei Institute in die innerparteiliche Auseinandersetzung der siebziger Jahre.⁸⁷ Im Verlauf der Streitigkeiten wurden die beiden Institute mehr oder weniger offensichtlich instrumentalisiert. Damit übertrug sich das Muster der parteipolitischen Auseinandersetzung auf die Auseinandersetzung um die richtige demoskopische Deutung der politischen Lage innerhalb der Partei. Infolge einer zusammenfassenden Betrachtung der Wahlergebnisse in Landtagswahlen bis 1973 wurde der Parteivorstand nach einem Vortrag Börners zur genaueren Auswertung der Wahlergebnisse auf die Stimmverluste der SPD in einigen Ballungsgebieten beziehungsweise Großstädten der Bundesrepublik aufmerksam:

»Das Problem der Wechselwähler wurde von ihm [Börner, A. K.] besonders angesprochen. Der sich zeigende Entsolidarisierungsprozeß, das Befehden von Gruppen mit weltanschaulicher Härte und die vorhandene Intoleranz seien abschreckende Beispiele für bestimmte Wählerschichten.«⁸⁸

Börner sprach im weiteren Verlauf direkt die Jungsozialisten als Verursacher einer solchen Entwicklung an, woraufhin eine Diskussion über die Rolle der Jusos und der Organisationsentwicklung der Partei generell losbrach. Insbesondere stand die Frage im Raum, inwiefern eine Entwicklung wie in München, wo die Flügelkämpfe der SPD offensichtlich zum Wahldesaster beigetragen hatten, im Rest der Republik drohe.⁸⁹ Infolge der nun aufgeworfenen Frage, ob oder inwiefern die Stimmverluste eine generelle Entwicklung abbildeten oder die Folge der Flügelkämpfe waren, wurde dazu eine Untersuchung, die Metropolen-Studie, angeregt. Sie wurde bei Infas und Infratest parallel in Auftrag gegeben, um gegenseitige Kontrolle sicherzustellen und »Meinungsverschiedenheiten« zu vermeiden.⁹⁰ Infas besaß Erfahrungen in Stadtuntersuchungen und hatte bereits Sonderauswertungen zum Wahlergebnis in den von den Flügelkämpfen besonders betroffenen Städten Frankfurt und München

keine Flügel oder Personen zu benennen, aber es läßt sich dennoch darauf schließen, daß es sich um den (später) sogenannten Seeheimer Kreis, dem konservativeren Flügel der SPD, handelte.

⁸⁷ Vgl. die divergierenden Interpretationen zur Landtagswahl in Baden-Württemberg, Kap. 3.5.b, S. 283f. Auf die Auseinandersetzungen innerhalb der Partei um die richtige inhaltlich-theoretische Ausrichtung und Politik kann nicht weiter eingegangen werden. Der Großteil der Literatur dazu ist zeitgenössischer und parteiischer Art. Es sei auf die Darstellung in Lösche und Walter hingewiesen, die sich dem Thema anhand der Darstellung von Frankfurt und München annähern: P. LÖSCHE/F. WALTER, Die SPD, 1992, S. 336–378. Zur Rolle der Jusos in den siebziger Jahren vgl. M. OBERPRILLER, Jungsozialisten, 2004, S. 166–272.

⁸⁸ Protokoll der PV-Sitzung am 9. 9. 1973.

⁸⁹ Letzteres ist nicht in dem Protokoll zu finden, sondern als Erläuterung der Geschehnisse in einem Vermerk von Borstell an Riegger am 18. 9. 1973, AdsD PV 13817; zu München vgl. P. GLOTZ, Anatomie einer politischen Partei, 1975.

⁹⁰ Vgl. Vermerk Riegger an Börner am 15. 10. 1973, »Präsidiumsvorlage. Entwicklung der Parteipräferenzen in den Großstädten«, AdsD PV 13899.

unternommen.⁹¹ Nach längeren Verhandlungen einigte man sich schließlich darauf, daß Infas für 120 000 DM in einer Schwerpunktuntersuchung die vier Städte Saarbrücken, Stuttgart, Bonn und Dortmund für den Parteivorstand untersuchen solle, während Infratest im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung eine stichprobenartige Untersuchung von zwanzig Städten für 225 000 DM unternahm.⁹² Damit wurden die von Infas betrachteten Städte doppelt analysiert und so die Ergebnisse der Institute vergleichbar gemacht.

Wie tief das Mißtrauen zwischen Mitarbeitern des Parteivorstandes und Infas saß, und wie tief die Befürchtung der politischen Interpretation ging, zeigen die sorgfältigen Vorbereitungen der Präsentation der Ergebnisse.⁹³ Die Vorstellung der Daten beider Institute erfolgte zunächst intern, um den Bundesgeschäftsführer zu unterrichten und um die Erarbeitung eines Fragenkatalogs durch die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu ermöglichen. Mit dessen Hilfe wurde die Diskussion im Parteivorstand vorstrukturiert.⁹⁴ In der strengen Regelung der Präsentation ließ sich die Konkurrenz der Institute wie der Deutungsperspektiven ablesen – sie war darauf ausgerichtet, beide Institute absolut gleich zu behandeln: Jedes Institut hatte 15 Minuten Zeit, seine Ergebnisse vorzustellen und dann 30 Minuten Zeit für die Diskussion. Für Infratest trug der verantwortliche Mitarbeiter Werner Sörgel vor; für Infas trat Klaus Liepelt als Berichterstatter auf.⁹⁵ Am Ende kam es zu keiner klaren Entscheidung der Frage, ob nun der linke Flügel als Abschreckungsursache der Wähler zu betrachten war oder es sich um eine allgemeine Entwicklung in den Großstädten handelte. Die Ergebnisse, die aufgrund des Kanzlerrücktritts jedoch an Aktualität und Aufmerksamkeit einbüßten, wiesen allerdings zwei als Erklärungssteereotype bekannte Ansätze auf: Es wurden das fehlende geschlossene Auftreten als Partei nach außen sowie die generelle Lockerung der Parteibindungen und deren Voranschreiten in den Städten konstatiert.⁹⁶ Diese Konstellation und eine Wieder-

⁹¹ Vgl. Infas-Report, »Wahlanalyse 1972. Raum Frankfurt und Raum München«, Januar 1973, AdSD 1/AMAD000222. Außerdem gab es Aufruhr um eine Studie zur Situation der Münchner SPD 1973, deren Ergebnisse im Münchener Stadtanzeiger (Beilage der Süddeutschen Zeitung) am 10. 8. 1973 nachzulesen waren. Vgl. Vermerke von Borstell an Börner dazu am 17. 7. 1973 (zur Studie), am 13. 8. 1973 (zur Publikation); Nachfrage Börner an Liepelt zu den Umständen der Veröffentlichung in einem Brief am 13. 8. 1973, AdSD PV 14471.

⁹² Vgl. Verhandlungen im Oktober/November 1973 und Vertrag vom 30. 11. 1973; Vertrag zwischen Infratest und FES vom 11. 12. 1973; Angebot von Horst Becker (Infratest) nach einigen Verhandlungen zum Studiendesign nach dem 15. 11. 1973, ebd. Die Untersuchungsteile, die Frankfurt am Main betrafen, wurden von dem dortigen Unterbezirk übernommen. Vgl. Aussage Nau am 30. 10. 1973 im Präsidium.

⁹³ Vgl. Vermerk von Riegger für Börner am 10. 4. 1974, AdSD PV 14471.

⁹⁴ Vgl. für Leitfragen Sprechzettel für Willy Brandt zur Einleitung der Ergebnispräsentation, 10. 6. 1974, ebd. Während es am 13. 5. 1974 einen Bericht im Präsidium geben sollte, erfolgte der Bericht im PV am 10. 6. 1974.

⁹⁵ Die Diskussionen sind weder im Präsidium noch im PV ausreichend dokumentiert, um darüber etwas sagen zu können. Vgl. PV-Sitzung am 10. 6. 1974. Im Präsidiumsprotokoll findet sich gar kein Hinweis.

⁹⁶ Vgl. Kurzfassung der Ergebnisse für Parteivorstand, Kurzbericht von Infratest in den Unterlagen der Präsidiumsprotokolle für den 10. 6. 1974; Willy Brandt faßte dieses Ergebnis für den Parteirat am

holung des skizzierten Ablaufs fand sich in einer Mitgliederstudie, die Infratest eigentlich bereits 1968 hatte durchführen wollen und die erst als Folge der Bundestagswahl 1976 in Auftrag gegeben wurde.⁹⁷ Mit den konkurrierenden Studien und Instrumentalisierungsversuchen erwies sich zum einen, wie sehr sich die Demoskopie in den siebziger Jahren in die innerparteilichen Kämpfe verstrickte. Zum anderen wird umso mehr deutlich, welch große Bedeutung der Meinungsforschung inzwischen als Mittel der Durchsetzung und Beeinflussung beigemessen wurde, obwohl gerade die als Absicherung intendierten, aber gegengutachterlich funktionierenden doppelten Auftragsvergaben zeigten, wie wenig demoskopische Daten eine sichere Interpretation boten.

Die internen Auseinandersetzungen um die Meinungsforschung schlugen sich auch medial nieder, da gerade die Daten der parteipolitisch »zugewiesenen« Institute gerne aufgegriffen wurden. Je mehr die »gegnerischen« Medien damit vermeintliche Schwächen der betroffenen Partei nachweisen konnten, umso stärker verwendeten sie die Daten. Dies hatte wenig mit demoskopischer Beobachtung, dafür umso mehr mit politischer Auseinandersetzung zu tun, in der es im Zweifel nicht mehr interessierte, ob das Institut falsch zitiert worden war oder der Befund vielleicht stimmte. Infas bestand in vielen Fällen darauf, daß die Medien seine Aussagen medial dazu benutzten, um sie gegen die Regierung zu wenden.⁹⁸

Insbesondere erregte eine Infas-Studie 1974 Aufmerksamkeit, die die »Reformmüdigkeit« der Bundesbürger herausstellte und mit dieser wissenschaftlich abgesicherten Kritik an der Bundesregierung in allen möglichen Printmedien zu lesen war. Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit hielt diese Äußerungen für »politisch äußerst schädlich« und meinte, daß es »damit Infas gelungen sei, einen wichtigen Begriff unserer Strategie zu diffamieren.«⁹⁹ Damit ließ jedoch vor allem die Abteilung erkennen, wie sehr sie an die Steuerung durch Massenmedien glaubte. Die Veröffentlichung zog weitere Kreise, als Börner nachhakte, um mehr über diese Studie zu erfahren. Diese stellte sich nicht als Studie, sondern als Zusammenstellung älterer Fragen aus verschiedenen Umfragen heraus, was den Ärger darüber steigerte und die Zusammenarbeit mit Infas erstmals generell infrage stellte.¹⁰⁰ Liepelt führte diesen

29. 6. 1974 nochmals zusammen und betonte dabei auch die aktuellen politischen Entwicklungen, Wortprotokolle der Sitzung, S. 84–89; die Metropolen-Studie von Infratest (in drei Teilberichten) findet sich im Unternehmensarchiv Infratest; die Infas-Studie war nicht auffindbar.

⁹⁷ Vgl. Anlage zum Brief von Wolfgang Ernst an Brandt am 7. 6. 1974, AdsD, WBA, Pers. Korrespondenz 22. Zur Mitgliederbefragung vgl. folgendes Teilkapitel und v. a. Kap. 4.2.e.

⁹⁸ Vgl. die Korrespondenz zu einem Artikel im Handelsblatt am 2. 2. 1976, über den sich Hans Koschnick bei Liepelt am 3. 2. 1976 beschwerte, daß Liepelt mit seinen Äußerungen den Wahlkampf der SPD torpediere; Liepelt wies in der Antwort vom 10. 2. 1976 die Schuld der Redaktion des Blattes zu, die ihn falsch wiedergegeben habe, AdsD, WBA, Pers. Korrespondenz 45.

⁹⁹ Vermerk Borstell an Börner am 2. 9. 1974 im Anschluß an das Presseecho auf die Veröffentlichung, AdsD PV 14471.

¹⁰⁰ Vgl. Vermerk von Borstell am 2. 9. 1974 und 23. 10. 1974, Nachfrage von Börner am 3. 9. 1974 und Antwort am 15. 10. 1974, ebd. Handschriftlich merkte Börner auf dem zweiten Vermerk an, daß er persönlich mit Brandt über die Sache gesprochen habe mit dem Schluß, daß im Rahmen der Parteireform die »Anbindung« von Infas »geregelt werden« müsse. Damit spielte er auf die immer noch

Streit in Verteidigung der Zuverlässigkeit der Institutsdaten unbeirrt fort, indem er eigene Artikel zu Umfragen veröffentlichte, in denen er die von konservativer Seite ausgerufene »Tendenzwende« bestätigte und die Schuld dafür in den Streitigkeiten innerhalb der SPD verortete und dem linken Flügel zumaß; pikanter Weise nutzte er dafür die eigentlich als nutzlos oder uninteressant erachteten Unterlagen aus der Metropolenstudie.¹⁰¹ Doch diese beiden Beispiele bilden nur einen Teil der Kritik an der Veröffentlichungspraxis, die auch darauf zielte, daß Infas Material aus geheimen Studien veröffentliche. Für die Zeit zwischen 1973 und 1977 ließen sich noch viele weitere Beispiele ausmachen, die jedoch nicht für so hohe Wellen wie die genannten sorgten.¹⁰²

Als offensive Gegenwehr beschwerte sich Liepelt schließlich bei Börner über ungerechte oder sonst wie nicht gerechtfertigte Verhaltensweisen und Behandlungen seitens des Parteivorstandes. Als wirkungsvollere Variante entpuppte sich dann aber die Ausweitung der Arbeitsfelder von Infas auf das Hauptarbeitsfeld von Infratest, die Medienforschung. Es handelte sich dabei vor allem um die Zuschauerforschung der öffentlich-rechtlichen TV-Sender, die ihre großen, in die Millionen gehenden Aufträge immer auf Jahre hinaus vergaben. Infas stieg 1973/74 in dieses Geschäft der Zuschauer-Messung ein. Ausgerechnet in Zusammenarbeit mit der von der Partei als ärgste demoskopische Gegnerin der SPD identifizierten Elisabeth Noelle-Neumann gründete Infas das gemeinsame Unternehmen »Teleskopie«. Es sollte Zuschauerdaten mittels einer neuen Technik messen.¹⁰³ Die »Teleskopie« erhielt tatsächlich den Zuschlag zur Quotenfeststellung und Zuschauerforschung und brachte damit Infratest um ihr infrastrukturelles Rückgrat. Aber es geriet bald darauf aufgrund operationaler sowie finanzieller Probleme 1977 in die Kritik. Die finanziellen Probleme trafen insbesondere Infas und nicht das IfD, das sich rechtlich besser abgesichert hatte.¹⁰⁴ Die SPD reagierte auf die öffentlich verhandelten Finanzprobleme bei Infas mit einer Ankündigung stärkerer Bilanzkontrollen und einer Umstrukturierung der Unternehmensstruktur im Sinne der Wahrung der Vermögensinteressen der SPD, denn schließlich existierte die finanzielle Verbindung zur SPD weiterhin.¹⁰⁵ Das Institut erhielt infolgedessen ab 1978 vom Parteivorstand

existierende geschäftliche Verbindung der SPD zu Infas an. 1973 war er noch zur Gesellschafterversammlung eingeladen worden. Zu der Zeit wollte Infas den Gesellschaftervertrag ändern, der bis dahin festschrieb, daß ab einer Auftragssumme von 6 000 DM oder einer längeren Vertragsdauer von sechs Monaten ein Vertragsabschluß nur unter Zustimmung der Gesellschafter, d. h. de facto der SPD, erfolgen konnte. Ich konnte nicht feststellen, ob eine Änderung erfolgte. Vgl. Einladung an Holger Börner am 16. 5. 1973, AdsD PV 14471.

¹⁰¹ Vgl. Liepelt, »Holt sich die CDU jetzt die Städte?«, Vorwärts vom 31. 10. 1974, Vorgang in AdsD 1/AMAD000224.

¹⁰² Vgl. v. a. Börners Akte mit der Korrespondenz mit Infas/Liepelt, AdsD PV 14471.

¹⁰³ Vgl. für entstehende Situation für Infratest Brief Ernst an Brandt am 7. 6. 1974, AdsD, WBA, Pers. Korrespondenz 22.

¹⁰⁴ Vgl. Meldung zur Teleskopie, Context vom 5. 3. 1977.

¹⁰⁵ Vgl. Brief vom Schatzmeister Hans Koschnick am 10. 9. 1979 an Klaus Liepelt/Infas, AdsD PV 14344.

keine Aufträge mehr, wenn es auch weiterhin für andere Untergliederungen tätig war. Nach 1980 versiegte auch die Auftragsquelle der Bundesregierung, so daß im Präsidium vereinbart wurde,

»in absehbarer Zeit über die zukünftige Arbeit des Institut zu sprechen. Herbert Wehner erklärte sich bereit, an einer derartigen Beratung teilzunehmen. Es bestand Übereinstimmung darin, daß Infas fachlich zu verstärken ist und in die finanzielle Ausstattung andere Partner miteinzubeziehen sind.«¹⁰⁶

An dem Unternehmen beteiligte sich zu Beginn der achtziger Jahre eine britische Gesellschaft; damit war die Verbindung zur SPD gekappt.¹⁰⁷

So fungierte Infas in einer nicht unwichtigen politischen Rolle in der SPD durch die gesamten siebziger Jahre und vermochte es, seinen Status trotz der Kritik seitens der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu erhalten. Die Zweierkonkurrenz diente politischen Motiven ebenso, wie sie sich an den verfügbaren Techniken und Interpretationsweisen der zwei Institute ausrichtete, auch wenn die Daten von Infas anscheinend immer mehr an Bedeutung für die politische Praxis der SPD verloren.

*d) Die Entdeckung demoskopischer Milieus: Infratest und die politische Praxis der SPD
1970–1990*

Infratest konnte im Laufe der siebziger Jahre seinen demoskopischen Einfluß als Hausinstitut der SPD verstärken und ausweiten. Dabei arbeitete es mit verschiedenen Auftraggebern zusammen. Das wichtigste Kriterium zur Arbeitsteilung war, keine doppelten Aufträge zu vergeben. Daneben wurde, wie während der Großen Koalition seitens der CDU, darauf geachtet, daß keine wahlkampfrelevanten Untersuchungen vom Bundespresseamt in Auftrag gegeben wurden, um eine Kenntnisnahme des Koalitionspartners zu vermeiden. So startete Infratest 1970 ein zwischen Bundespresseamt und Parteivorstand abgestimmtes Untersuchungsprogramm. Es wurden zunächst inhaltliche Schwerpunkte festgelegt und Überlegungen zu den Zielgruppen angestellt, die es für die Sicherung der Regierungsmehrheit in der nächsten Wahl zu gewinnen galt. Da sich die Partei zunächst von den auch finanziellen Anstrengungen des Wahljahres erholen mußte, hielt sich die SPD zunächst mit Umfragen zurück.¹⁰⁸ Zudem zog sich die wahl-vorbereitende Meinungsforschung

¹⁰⁶ Protokoll der Präsidiumssitzung am 1. 10. 1980.

¹⁰⁷ 1983 stieg AGB (Audit of Great Britain, Tochtergesellschaft der Hamburger Gesellschaft für Marktforschung) mit 49% in das Unternehmen ein. 1994 verließ Liepelt das Institut. Als 1996 die ARD den bis dahin bestehenden Vertrag zur Wahlforschung kündigte, wurde das Institut von der Moritz Hunzinger AG gekauft; 2004 wurde dieses Unternehmen an Bolko Hoffmann verkauft, dem Gründer und Vorsitzenden der Pro-DM-Partei. Vgl. URL (<http://www.infas.de>) (Selbstbeschreibung, Geschichte) [15. 10. 2003]; »Drohen bei Infas Entlassungen?«, Bonner Generalanzeiger vom 9. 2. 1983.

¹⁰⁸ Vgl. Vorschläge von Infratest, Vorlage für Präsidiumssitzung am 19. 11. 1969 und Protokoll mit Vorzeigeprojekt in Bayern, 15. 10. 1970; ausführliche Aktennotiz von Müller über ein Gespräch am 24. 6. 1970 über ein Gespräch zwischen Infratest (Unholzer und Sörgel) und dem PV (Albrecht Müller), AdsD PV 14402.

damit über die gesamte Legislaturperiode hin, so daß ein flexibler Rahmenvertrag als »Mittelfristiges Untersuchungsprogramm« mit wenigen festgelegten Schwerpunkten vereinbart wurde, der Platz für kurzfristige Untersuchungen ließ. Dies geschah in der Voraussicht, daß ohnehin Umfragebedürfnisse im Rahmen aktueller Politik auftreten würden. Daß diese Annahme richtig war, zeigte sich in der Beibehaltung solcher Vertragsmuster für die folgenden Jahre.¹⁰⁹ Weitere Infratest-Untersuchungen wurden von der Friedrich-Ebert-Stiftung finanziert, die in den siebziger Jahren mit Infratest Jahresverträge abschloß. Die daraus hervorgehenden Umfragen wurden von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit mitgestaltet und dem Parteivorstand zur Verfügung gestellt, wie beispielsweise die erste Studie 1971 zu »Jugend und Politik«.¹¹⁰ Auf diese Weise wurden die »Schwerpunktuntersuchungen« (für die geplante Summe von 250 000 DM) zwischen den drei Auftraggebern Parteivorstand, Bundespresseamt und Friedrich-Ebert-Stiftung aufgeteilt.

Im Laufe des Jahres 1971 begann die konkrete Vorbereitung auf den Wahlkampf. Eine erste umfassende Untersuchung der Wähler und Zielgruppen sowie über Image-Fragen zu Brandt, der SPD und der FDP wurde durchgeführt, deren Ergebnisse gleichzeitig zu den Ergebnissen von Infas einem erweiterten Führungskreis präsentiert wurden.¹¹¹ Die Materialien, die auf Grundlage des sogenannten »Basisprogramms«, der regelmäßigen Befragung, erstellt wurden, wurden nur an die engste Führung in der SPD geliefert. Sie wurden als Zeitreihen-Auswertungen zur Nachverfolgung von Entwicklungen zu bestimmten Fragestellungen präsentiert.¹¹² Für 1972 wurden die Untersuchungen intensiviert und ein großes Programm in Angriff genommen, das nicht nur die Fortsetzung der Arbeitnehmer-Studie von 1969, sondern eine auf Kommunikation und Einsatzbereitschaft angelegte Studie für Gewerkschaftsmitglieder vorsah, um ihr Potential als sogenannte Multiplikatorengruppe zu ermesen. Doch kam die akute Wahlkampfplanung dazwischen, so daß die Arbeitnehmerstudie zugunsten kontinuierlicher Wahlkampfbeobachtung verschoben wurde.¹¹³ Als Ersatz für größere Umfragen wurden aus Zeitmangel verstärkt

¹⁰⁹ Vgl. hier und im folgenden das Angebot von Infratest am 29.1.1971 und weitere Unterlagen, insbesondere die Gesprächsnotiz zwischen Albrecht Müller und Alfred Nau am 14. 4. 1971, ebd.; Vermerk Borstell an Börner am 23. 8. 1973, AdsD PV 13899.

¹¹⁰ Diese Art der Parteienfinanzierung war zu der Zeit noch nicht problematisiert worden. Die Verträge mit der FES liefen mindestens bis 1976. Für dieses Jahr betrug die Summe 85000 DM. Vgl. Anlage zum Schreiben von Infratest am 1. 4. 1976, »Beratungsleistungen Januar bis März 1976 von Infratest Sozialforschung für den SPD-Parteivorstand«, AdsD PV 13888; Studie in AdsD PV 02040; Diskussion der Ergebnisse in der Präsidiumssitzung am 24. 8. 1971.

¹¹¹ Vgl. Sitzung des Präsidiums mit geschäftsführendem Vorstand der Bundestagsfraktion, Ministern und Ministerpräsidenten am 15./16. 10. 1971; Vorschläge zu einem »Sofort-Schwerpunktprogramm/ Schwerpunktstudien« bzw. Wählerforschung«, Brief Sörgel an Albrecht Müller am 11. 6. 1971, AdsD PV 14402.

¹¹² Vgl. Infratest Wählerforschung, Materialien I–V, erstellt zwischen Ende 1970 und Juli 1972, davon Nr. II, IV und V in AdsD 1/AMAD00023; I–IV in AdsD, WBA, SPD 65.

¹¹³ Vgl. »Infratest Wählerforschung. Parteipolitisches Engagement von Gewerkschaftsmitgliedern«, Sommer 1972, AdsD 1/AMAD00023. Vgl. zur Verschiebung Aktennotiz von Borstell am 16. 6. 1972; Unterlagen in AdsD NL Bauer 8; AdsD, WBA, Wahlen 15; Vorbereitungen für das

Gruppendiskussionen und (telefonische) Eilbefragungen benutzt, die zwar nicht repräsentativ, dafür aber schnell produzierbar waren.¹¹⁴ Neben weiteren, kleineren Studien konnte das Institut 1972 zum ersten Mal als neues Produkt in der Untersuchungspalette eine auf Wählergruppen zugeschnittene Mediennutzungs- und -optimierungsforschung anbieten, die ursprünglich der Verbindung von Mediennutzungs- und Konsumforschung diente.¹¹⁵ In einer Weiterentwicklung monomedialer Ansätze zur Erforschung des Publikums kam die sogenannte Infratest Multi-Media-Analyse (IMMA) zum Einsatz¹¹⁶, indem alle zwei Monate die Mediennutzung im Abgleich mit der Sozialstruktur und Fragen zur Parteipräferenz und -bindung (vormaliger Wahlentscheid, Wahlabsicht bei der nächsten Bundestagswahl, Kirchenbesuch und Gewerkschaftszugehörigkeit) ermittelt wurden. Diese Informationen bildeten die Grundlage zur Ermittlung der Reichweiten verschiedener Medien, mit denen sich wiederum die Ansprache der verschiedenen Zielgruppen optimieren ließ.¹¹⁷ Mittels dieser Daten konnte dann ARE im Wahlkampf Anzeigenschaltungen u. ä. konzeptualisieren und in einen differenzierteren Streuplan umsetzen.¹¹⁸ Auf diese Weise wurde mit diesen Untersuchungen eine Lücke zwischen der Mediennutzungsforschung und der bis dahin einzigen Untersuchung zur »Aufnahme und Verarbeitung politischer Informationen in den Massenmedien durch bestimmte Bevölkerungsgruppen« (Februar 1969) geschlossen.

Parallel dazu entwickelte sich eine politische Zuschauerforschung. Sie ging hervor aus einer zusätzlich in Auftrag gegebenen Telefon-Blitzbefragungsreihe, die neben den Blitzbefragungen rund um die Bonner Ereignisse zu den Ostverträgen und das Misstrauensvotum unternommen wurde. Aufgrund der schnellen Abfolge der Geschehnisse und ihrer Unvorhersehbarkeit wuchs die Bedeutung der Telefonbefragungen im Rahmen des Wahlkampfes 1972 an, zumal sie für kurzfristige (Re-)Aktionsperspektiven sorgte. Beispielsweise wurde in einer der Befragungen kurz nach dem Attentat auf israelische Sportler während der Olympischen Spiele in München der Absturz der SPD deutlich sichtbar, so daß diese Umfrage unter Verschuß gehalten und nach Handlungsmöglichkeiten gesucht wurde.¹¹⁹ Das wichtigste Handlungsfeld

»Wahlkampfpapier vom 16. 6. 1972« in AdsD PV 14473; Vermerk Albrecht Müller und Borstell an Börner am 21. 8. 1972, AdsD PV 14402; vgl. auch Infratest-Studie zur »Landtagswahl 1972 in Baden-Württemberg, Wahlkampf und Wahlergebnis«, AdsD 1/AMAD000223; die Ergebnisse in veröffentlichter Form: W. SÖRGE, Landtagswahlen 1970–1972, 1972.

¹¹⁴ Vgl. Vermerke (Albrecht Müller und) Borstell an Börner am 24. 7. und 28. 8. 1972, AdsD PV 12721.

¹¹⁵ Vgl. auch für weitere Vorschläge »Untersuchungsvorschläge 1972« und Brief von Infratest (Sörgel) dazu am 3. 2. 1972, AdsD PV 14402; Entscheidungen von Börner über die Auftragsvergabe finden sich im Protokoll über eine Besprechung zwischen Börner und Albrecht Müller am 11. 2. 1972, AdsD PV 13897.

¹¹⁶ Vgl. K. BACHERER, Infratest, 1987, S. 247 ff.

¹¹⁷ Vgl. Korrespondenz und Unterlagen Februar–Mai 1972, AdsD PV 14402.

¹¹⁸ Vgl. auch die Darstellung im »Wahlkampf-Papier vom 16. 6. 1972«, Punkt VIII, AdsD PV 14473; Angebot von Infratest/Sörgel an Albrecht Müller am 3. 2. 1972, AdsD PV 14402.

¹¹⁹ Vgl. Bericht »Wichtige Ergebnisse aus dem Infratest-Politik-Barometer September 1972 und einer Eilbefragung vom 5.–10. 10. 1972« von Infratest, AdsD 1/AMAD000222.

wies jedoch auf die Untersuchungsperspektive zurück, denn sie führten zu einer Aufwertung der Fernsehauftritte von Politikern. Insbesondere die sogenannte Elefantenrunde der Vorsitzenden wurde zum Untersuchungs- und Aktionsfeld. In einer Art Feedbackschleife wurden die kurzfristigen Beobachtungen der Bildschirmauftritte per Telefon mit Planungen für die folgenden Fernsehauftritte Willy Brandts verknüpft, so daß Tips für Verhaltensweisen in weiteren Fernsehdiskussionen gegeben werden konnten. Brandt konnte so auf der Grundlage der demoskopischen Kenntnis über die Zuschauer seine Aussagen entsprechend anpassen. Die Erkenntnis, daß die Arbeitnehmer früher abschalteten, brachte Brandt dazu, insbesondere zu Beginn der Sendung einen hohen Redeanteil zu erzielen und darin seine Argumente vorzubringen.¹²⁰

Da der Gewinn der Wahl auch der Demoskopie zugeschrieben wurde, konnte sich die Umfrageforschung im Parteivorstand erweitern und die Institute sich für die folgenden Jahre größere Aufträge sichern.¹²¹ So wurde vorausschauend bis 1976 geplant, die Aufträge zwischen Infas und Infratest so aufzuteilen, daß Infratest weiterhin die Beratung und wichtige Untersuchungen für die operative Arbeit übernahm, während Infas Strukturdaten und einzelne Untersuchungen bereit stellte. Während Infas für diese Untersuchungen insgesamt 1 050 000 DM erhalten sollte – inklusive der regionalen Studien –, wurde Infratest mit lediglich 575 000 DM verplant.¹²² Dabei darf auch nicht vergessen werden, daß Ebert-Stiftung und Kanzleramt große Aufträge vergaben.¹²³

Infratest lieferte entsprechend zwischen 1973 und 1976 gemischte Studien, die einerseits aus der laufenden Beobachtung der monatlichen Trends und andererseits aus Einzelstudien wie der Metropolenstudie 1973/74 oder Gutachten wie zum Beispiel zum »Typus« des Wechselwählers bestanden. Den Trends, die auch zu Entwicklungsobersichten über längere Zeiträume zusammengefaßt wurden, wurde dabei Mitte der siebziger Jahre die Mehrthemenumfrage »Sozialdaten« an die Seite gestellt.¹²⁴ Die Hauptverwertung im laufenden Betrieb des Parteiapparats konzentrier-

¹²⁰ Vgl. die Argumentationshilfen für eine Fernsehdiskussion mit Strauß und Barzel im Oktober 1972, AdsD, WBA, SPD 65; Infratest-Bericht »einige Überlegungen zur Fernsehdiskussion der Parteivorsitzenden am 15. II. 1972: Fazit aus den Diskussionen am 18. 10. und 2. II. 1972, Empfehlungen für die Endrunde«, 14. II. 1972 AdsD 1/AMAD000222; vgl. auch A. MÜLLER, Willy wählen, 1997, S. 81; für die Fernsehendung vgl. die Transkription J. KLEIN (Hrsg.), Elefantenrunden, 1990.

¹²¹ Vgl. personellen Ausbau weiter oben; für Auswertung der Wahl (und Eigen-Lob) Textentwurf aus der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit für die Wahlanalyse Holger Börners vor dem Parteirat am 10. 12. 1972, AdsD PV 13897; Vorlage der Abteilung für PV am 20. II. 1972.

¹²² »Umfrageforschung seitens des PV«, AdsD PV 13899 und Fn. 81; Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, »Wählerforschung beim PV«, 18. 6. 1973, AdsD PV 14279; »Strategische Überlegungen zur Formulierung einer konsistenten Öffentlichkeitsarbeit«, AdsD PV 14279. Sie gingen als geheime Papiere ausschließlich an Willy Brandt, um die Planung für die Demoskopie und Öffentlichkeitsarbeit bis 1976 vorzubereiten, wie Börner an Brandt im beiliegenden Brief schrieb.

¹²³ Vgl. für das Kanzleramt das Programm »Politische Psychologie«, Kap. 3,4, S. 268f.

¹²⁴ Vgl. Vorlage zur Sitzung des Präsidiums am 22. 10. 1974; vgl. als Beispiel für eine Übersicht den Infratest-Bericht »Daten zum Wählermarkt 1971–1974«, Oktober 1974, AdsD 1/AMAD000232.

te sich auf den Bereich der kurzfristigen monatlich stattfindenden Befragungen, ihrer Kumulierung zu Verlaufsübersichten und der Sekundärauswertung vorhandener Studien zu bestimmten Fragen, den »Materialien zum Wählermarkt«. Die Stimmverluste in Landtagswahlen 1974/75 brachten eine größere Beachtung der Meinungsforschung auf der Länderebene, da die für die SPD »neue Erfahrung, daß die Veränderungen der Stimmenanteile in den Traditionsgebieten der Partei gegenüber der Landtagwahl 1970 und der Bundestagswahl 1972 völlig unterschiedlich ausfallen,« die Partei aufschreckte.¹²⁵ Außerdem wurde den Landtagswahlen eine größere Bedeutung als Indikatoren für die Bundesebene zugemessen, so daß diese eigentlich altbekannte Bedeutungszuschreibung unweigerlich neuen Schwung erhielt.

Für die Bundestagswahl 1976 wurden insbesondere kurzfristige Aufträge in Form von Telefonbefragungen und Kurzgutachten von Infratest als nützliches Mittel zur flexiblen politischen Aktion propagiert, während in den zwei Jahren vor der Wahl Vorarbeiten im Rahmen größerer Untersuchungen bereits angelaufen und im einzelnen von Infas und Infratest durchgeführt worden waren.¹²⁶ Die psychologische Komponente des Wahlkampfes sollte diesmal von einem unabhängigen Psychologen beigetragen werden. Horst Nowak hatte bis 1972 den Bereich Psychologie bei Infratest geleitet und danach die Beratungsunternehmung »Angewandte Sozialpsychologie« gegründet. In einzelnen Fällen hatte er danach als marktpsychologischer Berater mit Infratest zusammengearbeitet.¹²⁷ Die kurzfristigen Untersuchungen und psychologischen Begutachtungen wurden ergänzt durch Sekundärauswertungen, die in großen Tabellenbänden bis ins Kleinste differenzierte Angaben bereitstellten, so daß Anleitungen zum Lesen eines solchen »Nachschlagewerks« beigegeben werden mußten.¹²⁸ Diese, durch regelmäßige Standardbefragungen entstandenen Daten lieferten Handlungsoptionen für den Wahlkampf wie zum Beispiel für die sogenannte Zweitstimmekampagne der SPD. Infratest hatte demoskopisch eruiert, daß die Bereitschaft, die Zweitstimme einer anderen Partei (der FDP) zu geben, bei den SPD-Wählern zu hoch und daher gefährlich für das eigene Ergebnis sei.¹²⁹ Außerdem entwickelte Infratest eine computergestützte Modellrechnung, in der mittels bis dahin gesammelter Daten und Erfahrungen zur Mobilisierung in vorherigen (Landtags-)Wahlen berechnet werden konnte, wie der Wahlausgang aussehen könnte und

¹²⁵ Klaus Bölling an Helmut Schmidt, 12. 6. 1974, »Zusammenfassung und weiterhin offene Fragen« zum Infas-Politogramm über die Landtagwahl in Niedersachsen, AdSD Dep. Schmidt 6426.

¹²⁶ Vgl. Brief von Horst Becker am 14. 2. 1975 an Börner, AdSD PV 13887; vgl. unterstützenden Vermerk der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit am 20. 2. 1975, AdSD PV 13887; Brief von Infratest und beiliegende Übersicht über die Beratungsleistungen Januar bis März 1976, aufgeschlüsselt nach Auftraggeber (SPD und FES), 1. 4. 1976, dazu Vermerk Riegger an Börner am 6. 4. 1976, AdSD PV 13888.

¹²⁷ Vgl. Vermerk Borstell an Börner am 11. 6. 1976, AdSD PV 14279. Die Informationen zur Biographie stammen von Horst Nowak, schriftliche Auskunft am 4. 8. 2003.

¹²⁸ Notiz Riegger an Börner am 17. 3. 1976 und Bericht zu »Parteipräferenzen und Struktur der Parteianhängerschaften 1971–1975«, AdSD PV 13888.

¹²⁹ Vgl. Vermerk von Borstell für Börner vom 15. 9. 1976, AdSD PV 14278.

bei welchen Wählergruppen noch Defizite lagen.¹³⁰ Dieses Modell wurde 1976 erstmals erprobt und erfuhr zu den folgenden Bundestagswahlen eine kontinuierliche Weiterentwicklung. So wurden 1980 wie 1983 auf der Grundlage der Berechnungen von Wählerbewegungen in den Jahren und Monaten vor dem Wahltermin sowie der abzusehenden Mobilisierung während des Wahlkampfes Schätzungen des jeweils zu erwartenden Ergebnisses in drei verschiedenen Szenarien berechnet, die sich als abhängig von der Anzahl der Wechselwähler und der Mobilisierung der verschiedenen Wählergruppen darstellten.¹³¹ In einfacher Form wurde dies als Frage der Parteipräferenzen ab Anfang der achtziger Jahre in wöchentlichen repräsentativen Ermittlungen erhoben, nachdem Infratest in den siebziger Jahren Telefonumfragen mit tendenziellem Aussagewert im Wochenrhythmus angeboten hatte, als Infas bereits auf die wöchentliche, repräsentative Erfassung umgestellt hatte und dafür heftig kritisiert worden war. Die Kritik an unsinnig kurzen Laufzeiten erinnert an die Kritik Heines und Gleitzes an den Monatsberichten statt der vierteljährlichen Betrachtung zwanzig Jahre zuvor – wenige Jahre später war die wöchentliche Beobachtung im Kanzleramt Standard.¹³²

Die Verlagerung des Gewichts auf kurzfristige Umfragedaten erzeugte eine Beschleunigungsspirale dank einer schnelleren Produktion und Verarbeitung der Daten. Gleichzeitig deutete das Ausmaß, in dem die SPD beziehungsweise einzelne Akteure sich zu medial verbreiteten Ergebnissen nach außen und innen äußerten, auf eine Verschiebung der Bedeutung der Umfrageforschung hin. Ausgehend von Konzepten und Vorarbeiten für den Wahlkampf erwies sich die Bedeutung der Demoskopie zunehmend als wichtig für das tägliche politische Geschäft. Die Umfragedaten wurden nach wie vor für die Mobilisierung und als Argument genutzt. Sie dienten aber auch stärker dazu, bestimmte demoskopische Darstellungen der politischen Situation zu widerlegen.¹³³ In diesem Sinne wurde die Demoskopie in den Bundestagswahlen der siebziger Jahre zu einem Argument auf der Metaebene, da es zwar noch um Daten ging, aber eigentlich vielmehr um deren Verbreitung in der Öffentlichkeit. Gleichzeitig verwandelte sich die Umfrageforschung von einem grundsätzlich zur Planung benutzten zu einem reaktiven Instrument in der Politik. Während die immer weitere Differenzierung nach Zielgruppen sowohl ihre Komplexitätsgrenze als auch ihren Grenznutzen für die SPD erreicht hatte, wuchs das

¹³⁰ Vgl. Vermerk Borstell an Brandt (Kopie an Börner) am 23.07. und erneut am 16.8.1976, AdsD, WBA, SPD 114.

¹³¹ Vgl. Bericht »Daten zur Bundestagswahl 1983. Informationen und Thesen der Wahlkampf vorbereitenden und begleitenden Wählerforschung«, 5.3.1983, AdsD, WBA, Wahlen 60.

¹³² Vgl. Vermerk Borstell an Brandt am 23.3.1977, »Laufende Wochenberichte des BPA »Indikatoren, Kurse, Tendenzen, Trends«, AdsD, WBA, SPD 113; Vermerk Albrecht Müller an Schmidt am 11.10.1978 (2.10.1978) zu den Infas-Wochenberichten des BPA, AdsD 1/HSA A009139.

¹³³ Vgl. z. B. Brief von Börner (ohne Adressaten), Ende August 1976, »Zur strategischen Situation im Wahlkampf«, weiteres Material und Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, »Daten aus der Wählerforschung«, vorlage Vorlagen für die Sitzung des PV am 25.8.1976, AdsD PV 13887; weiterer (von der Abteilung vorbereiteter) Rundbrief von Börner am 17.9.1976, AdsD PV 14286; vgl. mehr dazu weiter oben, S. 274.

Bedürfnis, demoskopisch abgesichert bei den sich schnell wandelnden Situationen in der Öffentlichkeit zu (re-)agieren.

Als Konsequenz aus dem Wahlergebnis 1976 waren Holger Börner und Hans Koschnick mit einer Auswertung beauftragt worden. In der als »Börner/Koschnick-Papier« bezeichneten Auswertung kamen sie zu der Empfehlung, sich den Zustand der Organisation vor Augen zu führen und insbesondere die innerparteiliche Kommunikationssituation zu betrachten.¹³⁴ Sie sprachen die Problematik der Herstellung von Öffentlichkeit und Durchsetzung in den Medien mehrfach deutlich an. Die Mitglieder mobilisierung wurde als fehlgeschlagen betrachtet und die komplexe Zielgruppenplanung sowie deren Umsetzung problematisiert. Damit rückten die Mitglieder mit einem Schlag in den Mittelpunkt der Betrachtung. Es wurde eine qualitative Wählerforschung im Rahmen einer Beschäftigung mit den Parteimitgliedern gefordert, um die Probleme der Mobilisierung und der Organisation zu analysieren.¹³⁵ Auf diese Weise wurde die schon lange wahrgenommene Veränderung der SPD aufgegriffen und erstmals den sozialen Verschiebungen in der Mitgliedschaft und der Entwicklung des Organisationsverhaltens nachgespürt. Neben politischen Fragen galten die Wahrnehmung und Nutzung von internen wie öffentlichen Medien als zentral. Die Studie sollte klären helfen, wie man in zukünftigen Wahlkämpfen mit der Organisation in Bezug auf die Herstellung von Öffentlichkeit und die Kommunikation bestimmter Botschaften umgehen könnte. So kam der Name »Kommunikationsstudie« zustande.¹³⁶ Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit hatte von Beginn an eine solche Studie unterstützt, die ursprüngliche Idee dazu war von Infratest bereits 1968 vorgebracht worden. Dementsprechend versuchte die Abteilung zunächst, die Auftragsvergabe an Infas zu verhindern, und als das nicht gelang, das Institut genau zu kontrollieren.¹³⁷ Die Infratest-Studie wurde wiederum von der Ebert-Stiftung übernommen. Der Beginn der Studie verzögerte sich jedoch, und sie wurde teurer als geplant (Rahmen: 600 000 DM). Die bis heute größte Mitgliederbefragung von mehr als 5 000 Mitgliedern wurde in mehreren Bänden vorgelegt und Anfang 1978 im Parteivorstand von Bundesgeschäftsführer Egon Bahr zusammen mit den Instituten mit ähnlich großem Aufwand wie bei der Metropolenstudie vorgestellt. Jedes Institut hatte mit einem Redner (Infas: Manfred Güllner, Infratest: Horst Becker) eine Stunde Zeit für die Präsentation unterschiedlicher Bereiche. Die Ergebnisse

¹³⁴ Vgl. Manuskript AdsD, WBA, Wahlen 40.

¹³⁵ Vgl. Papier für die PV-Sitzung am 22. 11. 1976, »Bundestagswahlkampf 1976: Analyse und Folgerungen für die Arbeit der SPD«; Vorstellung vor dem Präsidium am 18. 1. 1977. Die Analyse wurde dem Parteirat präsentiert und auch publiziert: SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Godesberger Parteirat '77, 1977.

¹³⁶ Vgl. entsprechenden Vorschlag der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit: »Thesen zum Wahlergebnis – aus Sicht der Wählerforschung«, in: Mappe »Technische Wahlkampfleitung«, in den Akten des Präsidiums 1977.

¹³⁷ Vgl. Vermerke von Borstell an den neuen Bundesgeschäftsführer Egon Bahr und den Schatzmeister Wilhelm Dröschler über Infratest und das Studiendesign am 16. 2. und 11. 5. 1977, Vermerk zum Infas-Angebot von Riegger an Bahr am 17. 3. 1977 und weiteren Verlauf in: AdsD PV 13890; zur Studie vgl. auch Kap. 4.2.e., S. 424f.

der Institute wurden insgesamt als ähnlich und daher glaubwürdig erkannt.¹³⁸ Aus den Erkenntnissen der Studie wurden in einer Kommission Schlußfolgerungen für die weitere Arbeit abgeleitet und danach die verschiedenen Punkte an Arbeitsgruppen (zum Selbstverständnis der Partei, dem Beitragssystem, der [finanziellen] Organisation, der personellen Kommunikation und Einzelthemen) abgegeben.¹³⁹ Die Mitgliederuntersuchung bildete den ersten Schritt zu einer stärkeren Selbstbeobachtung der SPD, die sich zunehmend als Partei in einer strukturellen Krise wahrzunehmen schien und sich mit sich selbst und Organisationsfragen beschäftigte, so daß das parteigeschichtliche Deutungsmuster, das die Partei sich Ende der siebziger Jahre in eine »Bewahrungsphase« hineinbegab, auch demoskopisch bestätigt werden kann.¹⁴⁰

In der Studie wurde das Problem der internen Kommunikation und der Hinwendung nach außen eingehend vor allem in Bezug auf die Entstehung neuer politischer Gruppierungen thematisiert. Hauptsächlich Willy Brandt sprach sie bereits früh in den Führungsgremien der Partei an.¹⁴¹ Zu einem demoskopischen Fakt wurden sie jedoch erst, als sich Die Grünen mit ersten Listen zu Wahlen anmeldeten und sich anschickten, zu einer neuen politischen Kraft im Lande zu werden. Erklärungen für den Aufstieg der Grünen wurden entsprechend erstmals im Parteivorstand am Mitte 1978 nach den Wahlen in Hamburg und Niedersachsen diskutiert. Die Grünen wurden entlang einer Interpretationslinie, die Infas bereits zuvor geäußert hatte, im Zusammenhang mit Protest und Politikverdrossenheit erklärt, was wiederum auf die Frage nach politischen Grundorientierungen verwies.¹⁴² Von da an fand diese Diskussion zu jeder Landtagswahl statt. Die Befürchtungen der SPD, Die Grünen könnten der Partei in der bevorstehenden Bundtagswahl kostbare Prozentpunkte im Kampf gegen die CDU wegnehmen, forcierten die Erforschung der politischen Präferenzen nach politischen Wertorientierungen und der Entwicklung von Wählertypologien nach Grundorientierungen, nach Wählerpotentialen und ihrer Mobilisie-

¹³⁸ Der Bericht zur Untersuchung mit Tabellen umfaßte bei Infratest elf, bei Infas zwölf Bände. Während der Teil von Infas sich in der Bibliothek der FES befindet, ist die Studie von Infratest nur im Unternehmensarchiv zu finden. Vgl. Brief von Borstell an Infas am 7.2.1978 zur Präsentation der Ergebnisse vor dem PV am 27.2.1978 (vor leitenden Landes- und Bezirksgeschäftsführern am 1.3.1978); für Aussage zur Glaubwürdigkeit vgl. die Kurzfassung der Ergebnisse, Sitzung des PV am 27.2.1978.

¹³⁹ Vgl. Protokoll der Präsidiumssitzung am 10.4.1978.

¹⁴⁰ J. BOYER, Die SPD in der Gesellschaft, 2001, S. 115ff.; vgl. allgemein M. GÖRTEMAKER, Geschichte der BRD, 1999, S. 595; Bericht zur Auswertung der Bundestagswahl 1981, vorgestellt am 23.8.1981 im PV; Rede von Peter Glotz auf einer organisationspolitischen Tagung der SPD am 2.10.1981, »Organisationsprobleme einer Volkspartei in den 80er Jahren«, AdSD PV 354.

¹⁴¹ Vgl. seine Anmerkungen dazu im Parteirat am 17.10.1977, in den Unterlagen des Parteivorstands 1977; Vorlagen von Volker Hauff zu Grünen Listen und Johanno Strasser zum Verhältnis der SPD zu Bürgerinitiativen für Präsidiumssitzung am 10.4.1978, für die Überlegungen in veröffentlichter Form vgl. J. STRASSER, Verhältnis SPD – Bürgerinitiativen, 1978 und V. HAUFF (Hrsg.), Bürgerinitiativen, 1980.

¹⁴² Vgl. Protokoll der PV-Sitzung am 27.6.1978; Infas-Report, »Niedersachsen 1978« und »Hamburg 1978«, PV-Protokolle 1978; für die Frühgeschichte der Grünen vgl. A. S. MARKOVITS/P. S. GORSKI, Grün schlägt Rot, 1997, S. 288–294; vgl. zur Wählertypologie Kap. 4.2.b.

rung, um neue Zielgruppenansprachen zu ermöglichen. Noch für die Europa-Wahl waren Die Grünen wiederum kaum beachtet worden, hatten mit ihrem Ergebnis aber die SPD für die bevorstehende Bundestagswahl aufgeschreckt. Befürchtungen, die neue Partei auf dem linken Spektrum könnte ihnen die entscheidenden Wähler wegnehmen, wurden demoskopisch untersucht.¹⁴³ Damit setzte die SPD den Weg zur sozialpsychologischen Erklärung des Wahlverhaltens entlang der seit 1973 entwickelten Wählertypologie von Infratest weiter fort.

Spezielle Untersuchungen zu sozialpsychologischen Aspekten des Wahlverhaltens wurden nun aber nicht mehr direkt von Infratest durchgeführt, sondern an eine Arbeitsgemeinschaft weitergegeben, die nach dem Wahlkampf 1976 von einem der leitenden Demoskopern von Infratest, Werner Sörgel, und dem Psychologen Horst Nowak gegründet worden war. 1978 ging aus der Arbeitsgemeinschaft das Institut »Soziologisches Institut Nowak und Sörgel« (Sinus) hervor. Sinus baute einen »Qualitativen Datenpool« auf, mit dem es in der Marktforschung Zielgruppen nach psychologischen Kriterien untersuchte und auch für die Bundesregierung erste Studien anfertigte.¹⁴⁴ Durch die verschiedenen Aufträge an die beiden Institute etablierte sich in den folgenden Jahren eine Arbeitsteilung zwischen qualitativen und quantitativen Studien. Beide Institute wurden mit Untersuchungen zur »Ausgangsposition« der Bundestagswahl 1980 beauftragt. Dabei ging es nun erstmals seit langer Zeit nicht mehr darum, einzelne Zielgruppen zu definieren und in ihren Anspruchsmöglichkeiten zu untersuchen, sondern anhand regelmäßiger Beobachtung Möglichkeiten der Wahlentscheidung unter spezifischen Konstellationen herauszufiltern. Infratest fügte dazu kleine Fragenkomplexe in ihre regelmäßige Erhebung »Sozialdaten« ein. Zur Wahl 1983 wurde Infratest, neben den wöchentlichen Untersuchungen und der darauf aufbauenden computergestützten Projektion für den Wahltag, mit keiner größeren Studie außer einer Imageuntersuchung betraut. Ebenso wurde aufgrund mangelnder Finanzierung die Nachwahluntersuchung auf verschiedene Umfragen verteilt.¹⁴⁵

Nach der Wahlniederlage 1983 gab der Parteivorstand bei Sinus und Infratest eine große Untersuchung zur Wahlbevölkerung in Auftrag, die die Frage nach einer erneuten Mehrheit klären sollte. Sinus stellte dazu den von ihm entwickelten »Milieu-Indikator« Infratest zur Verfügung und wertete die Daten sozialpsychologisch aus.

¹⁴³ Vgl. Vorlage von Bentele für Brandts Aussagen im PV zum Thema Grüne, 23.1.1980, das später schriftlich fixierte Statement von Brandt, »Die Grünen – Wahlchancen und Wähler«, 4.2.1980, AdSD PV 336–353; für Zielgruppenüberlegungen vgl. Vermerk zu einer Werbeaktion für evangelische Wähler, 25.1.1980, AdSD PV 13778.

¹⁴⁴ Vgl. dafür Übersicht auf den Seiten des Instituts, URL: (<http://www.sinus-sociovision.de>) [28.7.2003]; zur Gründung von Sinus Auskunft von Horst Nowak, 4.8.2003.

¹⁴⁵ Vgl. für Planung Vermerk Egon Bahr an Brandt und Schmidt am 28.11.1979, AdSD 2/PVEK0000139; für Nachwahlfrazen vgl. Vermerk Bentele an Wischnewski über Bahr am 22.9.1980, AdSD 2/PVEK0000139; für die kurzfristigen Beobachtungen von Infratest vor der Wahl vgl. auch P. GLOTZ, Kampagne in Deutschland, 1986, S. 295 f.; für einen kleinen Umfragekomplex vgl. Infratest-Bericht zu Jungen und Parteien, »Dynamisches Interessenprofil der Parteien«, Unternehmensarchiv Infratest.

Die Ergebnisse der Studie wurden im August 1984 vorgelegt und erneuerten den Ansatz der Wählertypologie von Infratest. Basierend auf politischen Grundorientierungen, faßte Sinus die Grundorientierungen in sechs »Dimensionen« und benannte sie als »Milieus«. ¹⁴⁶ Damit wurden die in der Konsumforschung bereits bekannten Differenzierungen nach Milieus und auch die in der universitären Forschung beginnenden Ansätze für die politische Meinungsforschung zusammengeführt. ¹⁴⁷ Aus der seit 1973 entwickelten Typologie wurde damit die sogenannte »Milieuforschung«, für die der Name Sinus (Heidelberg) seitdem steht und damit einen anderen Milieutypus meint, als er zuvor in der soziologischen Forschung etabliert worden war. Es handelte sich bei diesem um einen anderen als den bis dahin in der Soziologie hauptsächlich verwendeten Ansatz, der sich von dem der Umfrageforscher grundlegend dadurch unterschied, daß die Milieus in ihrer Existenz nur eine kurz Zeitspanne umfassen und die Personen nicht gänzlich absorbieren. ¹⁴⁸ Mit dem neuen Ansatz sollten die vorhandenen sozialen Milieus strategisch für spezifische politische Zusammenhänge nutzbar gemacht werden. ¹⁴⁹

Auf der Basis des Milieu-Ansatzes organisierten die beiden Institute ihre weiteren Wählergruppenanalysen für die SPD im Laufe der achtziger Jahre. Dabei rückten insbesondere die Frauen als Gegenstand der Untersuchung ab dem Wahlkampf 1983 in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. ¹⁵⁰ Vor allem für den Wahlkampf 1987 bildeten sie eine wichtige zu beobachtende und bearbeitende Zielgruppe ¹⁵¹, wie auch gerade die Arbeiten von Sinus mit Sonderauswertungen zu Infratest-Umfragen zeigten. ¹⁵² Die Wahlkampfleitung griff bei der konzeptionellen Planung des Wahlkampfes 1987 jedoch auch direkt auf die positiven Angaben zu den sozialdemokrati-

¹⁴⁶ Vgl. SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Planungsdaten, 1984; vgl. für Infratests Typologie Kap. 4.2.b.

¹⁴⁷ Vgl. v.a. die in späteren Jahren folgenden Untersuchungen, z. B. am Institut für politische Wissenschaften der Universität Hannover mit dem Projekt »Sozialstrukturwandel und neue soziale Milieus«: M. VESTER, Neue soziale Milieus, 1992; ders., Soziale Milieus, 1993; ders., Der Wandel der Sozialstruktur, 1989.

¹⁴⁸ Der auch in der historischen Forschung bekannteste Ansatz stammte dabei von M. Rainer Lepsius mit der Formulierung der »sozialmoralischen Milieus«: M. R. LEPSIUS, Parteiensystem und Sozialstruktur, 1966.

¹⁴⁹ Zumindest bildet dies den Erklärungszusammenhang, den Horst Nowak anbot. Auskunft am 4. 8. 2003.

¹⁵⁰ Vgl. als zentrale Untersuchungen Horst Becker, Sozialwissenschaftliche Beratung, 1983: »Daten zur Struktur der weiblichen und männlichen Wahlbevölkerung der Bundesrepublik«; Sinus Heidelberg, November 1984: »Planungsdaten für die Mehrheitsfähigkeit der SPD. Sonderauswertung: Einstellungen von Frauen« (vorgestellt auf einer Sitzung der leitenden Landes- und Bezirksgeschäftsführer, 27. 9. 1985), AdsD 2/PVAX000564; weiteres Material in AdsD 2/PVAX000499.

¹⁵¹ Vgl. Infratest, »Frauen 1985; Betroffenenpotential, Kompetenzen der Parteien«, Juli/August 1985, Unternehmensarchiv Infratest.

¹⁵² Es handelte sich dabei um: Sinus Lebensweltforschung, »Startposition 87. Sonderanalyse einer Repräsentativerhebung der Infratest Sozialforschung nach sozialen Milieus. Darstellung der wichtigsten Ergebnisse und Schlußfolgerungen für die Wahlkampfleitung im Auftrage des Parteivorstandes der SPD«, Heidelberg 1986, Unternehmensarchiv Infratest; »Rollenwandel und Politik«, Mai 1986, AdsD 2/PVAX000499.

schen Wählerpotentialen der Planungsdatenstudie 1984 zurück. Die darin enthaltenen Angaben zum Wählerpotential wurden als Wahlkampfinstrument benutzt, indem sie als offizielle Zielmarke der SPD benannt wurden.¹⁵³ Da diese Zahlen eine absolute Mehrheit in Aussicht stellten, entbrannte bald danach eine Diskussion über die Erreichbarkeit des vorgegebenen Ziels und eine Koalitionsoption; nach der verlorenen Wahl wurden dann diskutiert, ob nun die Veröffentlichung der Zahlen oder ihre Infragestellung zur Niederlage beigetragen hatte.¹⁵⁴

Der Machtwechsel 1982 hatte den demoskopischen Aktionsradius der SPD stark eingeschränkt, obwohl alle im Bundestag vertretenen Parteien inzwischen die regelmäßigen Berichte zur Verfügung gestellt bekamen. Das Budget der SPD für Umfragen schrumpfte, so daß sie sich zunächst auf das Institutspaar Infratest und Sinus beschränkte. Als drittes Institut kam 1987 das drei Jahre zuvor gegründete Institut Forsa (– Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH) hinzu, das von dem ehemaligen Infas-Mitarbeiter und ehemaligen Leiter des Statistischen Amtes der Stadt Köln, Manfred Güllner, geleitet wurde.¹⁵⁵ In den Folgejahren arbeitete der Parteivorstand mit den zwei Instituten Forsa und Infratest kontinuierlich zusammen. Außerdem stand als weiterer Berater Horst Becker zur Verfügung, der sich Anfang der achtziger Jahre, ähnlich wie Sörgel in den siebziger Jahren, selbständig gemacht hatte und nun mit Infratest zusammenarbeitete. Er gründete 1990 ein eigenes Sozialforschungs- und Beratungsinstitut, Polis, das die demoskopische Forschung für die SPD von Infratest übernahm, so daß nach 22 Jahren die Zusammenarbeit zwischen Infratest und der SPD nach der Wahl 1990 beendet wurde.¹⁵⁶ Kurz zuvor war die Parteizentrale reorganisiert worden, wobei die Meinungsforschung von der Öffentlichkeit getrennt worden war (Meinungsforschung in die Abteilung »Politik, Forschung, Planung« und Öffentlichkeitsarbeit in »Organisation/Parteiarbeit«).¹⁵⁷ Zu der Wahl hatte Infratest noch die gesamte Forschung durchgeführt und die Erweiterung der Umfrageforschung auf das Gebiet der ehemaligen DDR vorgenommen.¹⁵⁸

Die SPD pluralisierte im Laufe der achtziger Jahre ihren Zugriff auf die Meinungsforschungsinstitute, die nach technischer und interpretatorischer Spezialisie-

¹⁵³ Die SPD verbreitete diese Ansicht seit Ende 1985: »Studie: Für SPD ist Wahlergebnis von 48 bis 50 Prozent möglich«, PPP vom 9. 12. 1985.

¹⁵⁴ Als erster sprach dies Willy Brandt in einem Interview aus, was ihm den Vorwurf einbrachte, die Strategie seiner eigenen Partei torpediert zu haben und das Ende seines Vorsitzes der SPD einläutete. Vgl. H. EHMKE, Mittendrin, 1994, S. 332f.; H. FOGT, Politische Entwicklung und Wahlkampf, 1991; T. KREBS, Parteiorganisation und Wahlkampfführung, 1996, S. 126 f., 134–140.

¹⁵⁵ Vgl. für seine demoskopischen Anfänge bei der Stadt Köln »Statt Umfrage-Kanonen benutzt er nur Säbel«, Kölner Stadt-Anzeiger vom 9. 2. 1983.

¹⁵⁶ Polis ist das einzige Institut, das seinen hauptsächlichen Umsatz auf dem Feld der Politikberatung macht, wenn man die Beratung von Verwaltungen und anderen öffentlichen Einrichtungen auf staatlicher und kommunaler Ebene hinzuzählt. Vgl. auch Angaben bei W. GELLNER, Demoskopie, Politik, Medien, 1996.

¹⁵⁷ Vgl. V. HETTERICH, Von Adenauer zu Schröder, 2000, S. 130.

¹⁵⁸ Für die Fülle der ab 1989 unternommenen Studien vgl. Berichte im Unternehmensarchiv Infratest.

rung ausgesucht wurden, auch wenn weiterhin die politische Loyalität als Vertrauensgrundlage der Zusammenarbeit bestehen blieb. Durch die ›Ausgründungen‹ von Infratest und die Wahl des Forsa-Instituts als Partner hatte sich die nominale Zusammensetzung der demoskopischen Beratung in den achtziger Jahren zwar geändert, doch die strukturellen Bedingungen und auch die Personen waren zum Teil dieselben geblieben.

e) *Resümee: Meinungsforschung und SPD*

Das Münchener Institut Infratest prägte die Demoskopie und auch einen großen Teil der politischen Kommunikation der SPD in dem langen Zeitraum zwischen 1968 und 1990 grundlegend, während es gleichzeitig in fortwährender Konkurrenz zu Infas stand. Während dieser Zeit war die Partei sowohl mit Blick auf die Mitglieder wie auf die Organisation einem starken Wandel unterworfen. Die Entwicklung der SPD läßt sich einer Phaseneinteilung zuordnen, die sich bei genauerer Betrachtung mit der Entwicklung ihrer Meinungsforschung deckt. Der hier betrachtete Zeitraum überschneidet sich größtenteils mit einer an der Mitgliedschaft orientierten Periodisierung, wobei die Phase der »Transformation«, im zweiten Drittel der sechziger Jahre (1968) einsetzte und bis in die Mitte der siebziger Jahre hineinreichte. Diese ging in eine Phase der Stagnation (»Bewahrungsphase«) über, die bis über das Jahr 1990 hinaus andauerte.¹⁵⁹ Bis 1973/74 wuchs die Meinungsforschung in der SPD noch weiter an, als sie ohnehin schon bis 1968 gediehen war und entwickelte die Ansätze, die 1968/69 angelegt wurden, weiter fort. Es wurde inhaltlich und methodisch das ausgebaut, was in Ansätzen in einer Erforschung des »Wählermarktes« angelegt gewesen war – die psychologisch informierte und von sozialen Lagen nur bedingt, aber ebenso von Fragen der Bildung und der Mediennutzung abhängige Struktur der Wählerschaft. Die Neufassung der im Laufe des Projektes »Politische Psychologie« entwickelten Typologie ab 1973 stellte eine stärkere Differenzierung innerhalb der Typen und verbesserte Integration der verschiedenen Einflußfaktoren sicher, markierte aber zugleich die Grenze zur (kreativen) Stagnation, auch wenn ab 1975 der Etatansatz im Bundeskanzleramt vor allem auch wegen der Telefonumfragen nochmals stark anstieg.

Die Entwicklung der Telefon-(Blitz)Umfrage stellte sich gegenläufig zur Frage der grundlegenden bestimmenden Werte für politische Einstellungsmuster dar. Sie war zwar ein seit den fünfziger Jahren bekanntes Instrument, doch erfuhr sie in den siebziger Jahren mit Infratest in Bezug auf die Umfragen nach TV-Sendungen eine Aufwertung, da sie Flexibilität und Aktualität versprach. Sie stieg in der SPD zum Wahlkampf 1980 zur wöchentlichen Regelbetrachtung der politischen Situation auf. So erlebten die großen Untersuchungen von Infratest ihre ›Blütezeit‹ zwischen 1968 (die »Arbeitnehmer-Studie«) und 1978 (die »Kommunikations-Studie«); danach er-

¹⁵⁹ Vgl. die sich an Mitgliedschaft und Organisation anlehrende Phasenbildung in J. BOYER, Die SPD in der Gesellschaft, 2001, hier S. 112 ff., 115 ff.

zielte lediglich noch die Milieuuntersuchung 1984 das Ausmaß an Bedeutung für die politische Praxis, die zuvor die großen Untersuchungen von Infratest erreicht hatten. Dies lag sowohl an der finanziellen Situation der SPD, die ab 1974 weniger Geld für Meinungsforschung ausgab, als auch an der sich verändernden Nachfrage durch die politischen Akteure, die im Laufe der siebziger Jahre die Prioritäten pragmatisch auf kurzfristige Studien verlagerten. Es gab zwar weiterhin Untersuchungen thematischer und zielgruppenspezifischer Art, doch verloren sie die Bedeutung, wie sie noch die sogar nur als Vorstufen gedachte Gruppendiskussionsprotokolle Ende der sechziger und Anfang der siebziger Jahre besessen hatten. Die Meinungsforschung konsolidierte sich demnach bei der SPD nach der Bundestagswahl 1976 auf niedrigerem Niveau als zuvor, entwickelte sich aber, abgesehen von einer technologisch induzierten Spirale der Beschleunigung (Wochenberichte, Verkürzung des Abstandes zwischen Feld und Ergebnisse auf wenige Tage bei repräsentativen Umfragen) und Differenzierung (wie der hin zur Milieuforschung oder den Modellrechnungen) nicht weiter. Dies fügt sich scheinbar nahtlos in die Erzählung des Endes der Planungseuphorie und des Fortschrittsglaubens ein, mithin paßt es zu dem durch Ölkrise und Terrorismus ausgelösten Riß durch die siebziger Jahre, samt der von konservativer Seite folgenden Debatte zur Regierungsunfähigkeit beziehungsweise der Frage nach der Steuerungsfähigkeit von Gesellschaften durch Politik. Doch entspricht diese Deutung nicht ganz der weiteren Entwicklung, weil danach zwar die Idee einer wissenschaftlichen Planung von Steuerung hinfällig war, eine daran orientierte Beschreibung der Entwicklung aber nicht die tatsächliche Fortsetzung des Verwissenschaftlichungsprozesses erfaßt. Dieser setzte sich in einer weiteren Beschäftigung von Akademikern in den Organisationsbereichen der Parteien fort, ebenso wie in der Fortführung wissenschaftlicher Beratung und einer weiteren Durchdringung der politischen Sprache mit wissenschaftlichem Vokabular, zumindest in bestimmten Bereichen, die Selbst- und Fremdbeobachtung betrafen.

Die Demoskopie – Vom Indikator zum Faktor des parteipolitischen Betriebs

Hatte sich erst einmal eine Partei für die Nutzung professioneller Meinungsforschung entschieden, etablierte sich die Demoskopie recht schnell und faßte Fuß in der politischen Denkweise. Die Entwicklung der Meinungsforschung erstreckte sich über drei Phasen. Die erste Phase endete mit der Etablierung der Demoskopie in SPD und CDU in der Bundestagswahl 1961. Hier zeigte sowohl die Ausrichtung der Wahlkämpfe der CDU in den fünfziger Jahren wie auch der »Wahlkampf aus einem Guß«, mit dem die SPD 1961 erstmals einen werbemäßig professionellen Wahlkampf führte, wie eng die Technik demoskopischer Beobachtung und Politikberatung mit der Werbeberatung und Werbung verbunden war. Darauf folgte eine lange Phase des Ausbaus der Demoskopie in den Parteien, die von einer Phase expliziter Verwissenschaftlichung in der CDU und der Bundesregierung ab 1966 verstärkt begleitet wurde, derweil die Meinungsforschung in der SPD von Beginn an wissenschaftlichen Anspruch anmeldete. Diese Phase kam Mitte der siebziger Jahre an ein Ende, als die Meinungsforschung nur noch in Maßen wuchs und sich die demoskopische Wissensproduktion zu einem großen Teil von den Parteien in die Medien hinein zu verlagern begann. In dieser Phase wurde die Neujustierung des Verhältnisses von Öffentlichkeit und Politik durch die Meinungsforschung sichtbar, während gleichzeitig das methodisch-technische Veränderungspotential der Meinungsforschung erschöpft war.¹

Am Anfang der politischen Demoskopie fand sich nur die Bundesregierung als Geldgeberin für Umfragen. Mittels ihrer Aufträge und der erfolgreichen instrumentellen Nutzung sorgte sie überhaupt dafür, daß politische Meinungsforschung sich in der Bundesrepublik etablieren und ausbreiten konnte. Die Regierung etablierte in den frühen fünfziger Jahren ein effizientes System, an dem vor allem die zwei Institute Emnid und das IfD Allensbach beteiligt waren und das erst in der Großen Koalition aufgebrochen wurde. Die Große Koalition ist in den letzten Jahren von der (politikgeschichtlichen) Zeitgeschichtsforschung als Periode der Reformen entdeckt worden.² Dieser Eindruck wird durch die vorliegenden Befunde in der Hinsicht unterstützt, daß die seit den fünfziger Jahren etablierte und nur noch wenig methodisch variierte Meinungsforschung durch die höhere Anzahl der unter Vertrag genommenen Institute auch methodisch fortentwickelt wurde. Auf diese Weise wurden einerseits Finanzen und Umfang der Beobachtung verdoppelt, andererseits eine auf den kybernetischen Modellen beruhende »Erfolgskontrolle« hinsichtlich der Öff-

¹ Welche Rolle die Medien dabei spielen, wird in Kapitel 5 erläutert.

² Vgl. insbesondere K. SCHÖNHÖVEN, *Wendejahre*, 2004.

fentlichkeitsarbeit eingeführt und zur Planung mit Hilfe der Demoskopie angesetzt. Später finanzierte die sozial-liberale Bundesregierung als erster politischer Auftraggeber eine stärkere Beobachtung des Wertewandels, die auf eine Hinwendung zu sozialpsychologischen Erklärungsmustern in einer Kombination aus sozialpsychologischer Typenbildung nach Vorbild der Frankfurter Schule und moderner Konsumforschung hinauslief. Aus dieser ging schließlich mittelbar die Milieuforschung hervor, die letzte methodische Veränderung der Meinungsforschung bis 1990. Sie strahlte wiederum auf die Beobachtung der Parteien und die gesamte Meinungsforschung zurück. Beide Entwicklungen, zu Beginn der fünfziger Jahre und in den Jahren zwischen 1968 und 1974, verweisen auf die Rolle der Demoskopie unter neuen Machtverhältnissen. Eine sich erweiternde und verändernde Meinungsforschung läßt sich erneut für den Regierungswechsel 1982/83 ausmachen und kommt auch für die Entwicklung 1990 in Betracht, da sich zwar nicht die Regierung, aber dafür das soziale Substrat der Macht, die Wählerschaft, verändert hatte und zu neuen Untersuchungen reizte.

Die Phasenbildung verlief im großen und ganzen entlang der politischen Entwicklung der Bundesrepublik und beider Parteien. Bei genauerem Hinsehen ergeben sich viele Parallelen und Gemeinsamkeiten, die beide Parteien jenseits ihrer Programmatik und Ideologie aufweisen. Nur wenige Spezifika bei SPD und CDU lassen dabei grundlegend unterschiedliche Entwicklungsaspekte erkennen. Dazu gehörten die verschiedenartigen Bedingungen der innerparteilichen Entwicklung. So begünstigte das Fehlen einer starken CDU-Parteioorganisation die Vorherrschaft des Bundeskanzleramtes in der gesamten Öffentlichkeitsarbeit auch der Partei, die vom Bundespresseamt aus gesteuert wurde. Zudem waren die Denkstile der Akteure in SPD und CDU unterschiedlich. Die Herangehensweisen deckten sich mit der entsprechenden parteilichen Weltanschauung, die auch die unterschiedlichen demoskopischen Entwicklungsrichtungen bestimmten. Während die SPD als wissenschaftlich ›denkende‹ Partei die Meinungsforschung auf ihrer Suche nach der bundesrepublikanischen Wirklichkeit benutzte und sich damit einen parteipolitischen Vorteil in der Auseinandersetzung aufgrund der so erzeugten wissenschaftlichen Wahrheit versprach, verwendete die CDU Daten als machtvolles Instrument, wie sie es dem Bundespresseamt abgeschaut hatte. Erst in den späten sechziger Jahren entpuppte sich die wissenschaftliche Suchbewegung der CDU als Analogie zur früheren Entwicklung in der SPD. Beide Strategien expliziter Anlehnung an »Wissenschaft« sind somit als krisenhafte Phänomene in Situationen der Unsicherheit zu kennzeichnen.

Der Weg beider Parteien kann in einer parallel laufenden, aber entgegengesetzten Bewegungsrichtung als Emanzipation von ihren Hausinstituten gedeutet werden. Zunächst hatte die CDU auf einen rein instrumentellen Nutzen der Meinungsforschung gesetzt, sich dazu externer Institute bedient und war erst allmählich auf die wissenschaftliche Seite der Meinungsforschung gestoßen. Beide Parteien waren in den sechziger Jahren zunehmend bestrebt, sich selber demoskopische Kompetenzen anzueignen und die Öffentlichkeitsarbeit insgesamt zu professionalisieren. Als Folge gründete die CDU 1967 ihr Wissenschaftliches Institut als Teil der Konrad-Ade-

nauer-Stiftung. Aber nach nur wenigen Jahren der expliziten Verwissenschaftlichung durch das eigene Institut näherte sich die CDU dann erneut der kommerziellen Meinungsforschung an, während mit dem weiterhin konsultierten Forschungsinstitut ein grundsätzlicher Anspruch auf Wissenschaftlichkeit bestehen blieb. Demgegenüber ging die SPD den umgekehrten Weg. Sie hatte von Beginn an den Anspruch auf die Wissenschaftlichkeit der Demoskopie postuliert, allerdings ohne die politischen Verwendungsweisen zu kennen. Diese erlernte sie mühsam mit Hilfe des 1959 gegründeten Instituts Infas. Von ihm distanzierte sie sich in der zweiten Hälfte der sechziger Jahre und setzte mit den Untersuchungen von Infratest bewußt auf eine kalkulierende Übertragung der Marktforschung auf den politischen Bereich.

Doch neben diesen anfangs unterschiedlichen Hintergründen, eigenen Bedingungen und Entwicklungsrichtungen überwiegen Parallelen und Gemeinsamkeiten auf dem Weg der demoskopischen Verwissenschaftlichung. Die ähnlichen Verwendungszusammenhänge bilden die praktischen Faktoren der Angleichung auf struktureller Ebene und verweisen auf die spezifische Rolle der Meinungsforschung für Politik und Parteien. Diese läßt sich in *sechs Aspekten* zusammenfassen.

So besaßen beide Parteien eine ähnliche *Motivation* zur Nutzung der Meinungsforschung. Sie entstammte nicht einem Interesse an einer einfach besseren Erfassung der Lebenswirklichkeit der Wählerschaft, sondern entsprang dem ureigenen Machtinteresse der Parteien. Die gezielte Indienstnahme der Meinungsforschung mit dem Anspruch, Erkenntnisse über die Orientierung der Wählerschaft zu erhalten, stand dabei im Vordergrund, während die Demoskopie dies wissenschaftlich legitimierte, auch wenn die SPD anfangs die Daten nicht effektiv zu nutzen verstand. Aus der freiwilligen Indienststellung der Institute heraus betrieben die Demoskopisten ihre eigenen Politiken einer dauerhaften Etablierung und Ausweitung des demoskopischen Programms. Die enge Beziehung funktionierte für beide Parteien als eine Symbiose, bei der sowohl die Hinwendung nach außen zur Machtvergrößerung durch Stimmenmaximierung als auch innerparteiliche Komponenten des Kontrollgewinns im Vordergrund standen, während die Vorgehensweisen und Argumentationsstrategien der Meinungsforscher diesem Ansinnen entgegenkamen. Daher oszillierte die Anwendung im politischen Bereich beständig zwischen instrumenteller Nutzung durch die Parteien und der Entwicklung einer Eigendynamik zugunsten der Ausdehnung der Demoskopie in alle Bereiche der Politik. Somit wäre Gerhard Schmidts Feststellung, in der Politik existiere keine »kontemplative« Demoskopie zur bloßen Informationsgewinnung, zuzustimmen.³ Sie kann sogar zugespitzt werden zu der Behauptung, Wissenschaftlichkeit hätte beiden Seiten zu je eigenen Zwecken gedient, wissenschaftliche Politik als solche wäre höchstens am Rande absichtsvoll in den Parteien geschehen. Dennoch war eine demoskopisch verwissenschaftlichte Politik Ergebnis dieses Prozesses.

In beiden Parteien ergaben sich dazu auf Vertrauensbasis *netzwerkartige Verbindungen* mit Instituten, die ihren Vorstellungen von Umwelt und politischen Prozessen

³ G. SCHMIDTCHEN, Die befragte Nation, 1965, S. 351.

am nächsten kamen. Dabei bildeten die Finanzierung und Personenkonstellation entscheidende Faktoren für die Ausgestaltung der Bindungen. Da es an Vertrauen gegenüber Instituten und an genauen Kenntnissen der Methode zunächst mangelte, ruhte die Beziehung anfänglich auf einzelnen Personen. Daraus entwickelten sich netzwerkartige Strukturen, die im Prozeß der Beratung ihre demoskopische Praxis entwarfen. Personennetzwerke aus politischen Akteuren (in der Organisation) und Demoskopien wurden ergänzt durch konkurrierende Verbindungen, je nach Konstellation innerhalb der Partei (SPD der sechziger und siebziger Jahre) oder zwischen Partei und Regierungsapparat (CDU der fünfziger und sechziger Jahre, SPD in der Regierungszeit), unterstützt von je einem Institut. Aus dieser Situation eines vorherrschenden Hausinstituts emanzipierten sich die Parteien dadurch, daß sie einerseits ihren Zugang zur Meinungsforschung pluralisierten und sich durch die Schaffung eigener Kompetenzen andererseits professionalisierten. Daß die Parteien sich dadurch von dem weiterhin als Fachwissen codierten Umfragen und deren Kategoriensystem und Maßstäben in ihrer Wahrnehmung und Verarbeitung politischer Realität abhängig machten, wurde in Kauf genommen oder auch zunächst nicht bemerkt.

Die Parteien betrachteten in erster Linie die Demoskopie als Absicherungsmechanismus gegenüber der notorischen Unsicherheit der Wahl. Dieser *Funktion*, die Wahlkampfzeit planbar und das Wahlergebnis vorhersagbar zu machen, entwuchs die Meinungsforschung. Sie war gerade zu Beginn mehr als Zahlenlieferung und eine sich daran orientierende Interpretation des politischen Geschehens, da sie auf die Weiterungen dieser Interpretation, auf die Werbeberatung für die Kommunikation der Parteien mit den Wählern direkt durchgriff. Demoskopien durften dies, weil sie in das scheinbar geheimnisvolle Innere des unbekanntes Wählers schauen konnten, ihm seine Wahlabsicht entlockten, in Zahlen darstellten, mit typologischen Interpretationsmustern erklärten und ihn zu steuern versprachen. Die Reduktion der Unsicherheit über die Wähler brachte sie an zentrale Stellen in den Wahlkampfplanungen und dann darüber hinaus in dauerhafte Beratungsstellen. Die politischen Akteure hatten sich mittels soziologischer Erklärungsmuster davon überzeugen lassen, daß Wahlkämpfe am Tag nach der Wahl begannen, gleichzeitig aber die Wähler bis zur letzten Minute in ihrer Wahlentscheidung zu beeinflussen seien. Daraus resultierte eine kontinuierliche demoskopische Beobachtung der Gesellschaft. Mit der Etablierung der Meinungsforschung vollzog sich der Übergang in eine andere Form der Betrachtung von Politik, bei der die monatlichen Zahlen zur festen Beschreibung des politischen Zustands der Gesellschaft wurden.

Der *Umgang* mit demoskopischen Ergebnissen war von Beginn an durch ein spezifisches Verhältnis zur Öffentlichkeit gekennzeichnet. Die Zahlen bildeten als elementare Basis von Entscheidungen einen wichtigen Teil in der Vorstellung von Politik als Vorgang im Arkanum. Dies machte die Demoskopien in der Sicht von außen zu geheimen Beratern der Macht, wahlweise beschrieben als ›Orakel‹ oder ›Spin Doctors‹. Während erstere Beschreibung auf die Unzuverlässigkeit der Zahlen beziehungsweise der Beratung verweist, stellt letztere Bezeichnung eine Verbindung

zur Idee einer Steuerbarkeit von (öffentlicher) Meinung durch geschickte Nutzung der Daten her. Demoskopische Daten fanden recht schnell ihren Weg in die parteiliche Kommunikation nach außen, um Meinungsbildungsprozesse zu steuern. Doch handelte es sich um gezielte Preisgaben, bestimmt von Überlegungen zur Wirkungsweise von Nachrichten und Kommunikation. Daten waren geheimes Wissen, das einen zeitlichen oder strategischen Vorteil gegenüber den Konkurrenten in Bezug auf politische Handlungen und auf die Beeinflussung der Wählermeinung darstellte. Dies blieben sie, auch wenn Daten zunehmend von den Medien ausgebreitet wurden.

Die zentrale Leistung der Demoskopen in dieser Hinsicht bildete die Verwissenschaftlichung der Vorstellungen über Kommunikation, die Explizierung als Prozeß und seine Gestaltbarkeit. Dabei verlief die Entwicklung entlang der jeweiligen Vorlieben der Meinungsforschungsinstitute, aber auch immer entlang der theoretischen Modelle zur Kommunikation. Mit den *Auswirkungen* der Meinungsforschung auf die Parteien läßt sich daher nicht so sehr die einzelne politische Entscheidung oder Nicht-Entscheidung beschreiben, sondern die Wirkungsweise als Neustrukturierung oder Beeinflussung vorhandener Denkstile. Mit Hilfe vorwiegend soziologischer, aber auch psychologischer und marketingbezogener Erklärungsansätze des Wahlverhaltens wurden alte Denkstrukturen und Überzeugungen der Funktionsweisen von Gesellschaft und Politik überformt und den demoskopischen Kategoriensystemen angepaßt. In dem demoskopischen Differenzierungsprozeß, in dem Kommunikation zu einem sich als Öffentlichkeitsarbeit kennzeichnendem, expliziten Handlungsfeld wurde, paßten sich die Parteien dem Wandel der Gesellschaft kommunikativ an, um weiterhin anschlussfähig zu bleiben. Durch die eine Vergleichbarkeit ermöglichende demoskopische Codierung und die entsprechende kommunikative Praxis in Bezug auf Themen, Ansprachen und Zielgruppen näherten sich die Parteien einander an. Mit Hilfe des in der Demoskopie erkennbaren Komplexitätszuwachses der Kommunikationsmodelle, die nicht unwesentlich durch die Entwicklung der Medien und die weitere Ausbreitung von Meinungsforschung sowie deren technische Bedingungen bestimmt wurden, veränderte sich die Konzeptualisierung des Verhältnisses zwischen Politik und Öffentlichkeit. Dieses war einem grundlegenden Wandel unterworfen, der von einer Veralltäglichung der demoskopischen Daten durch eine Lockerung der Geheimhaltung beziehungsweise eine stärkere mediale Berichterstattung gekennzeichnet war. Auf diese Weise verwandelten sich das demoskopische Wissen und sein Wert für die politischen Akteure, denn die Daten sikkernten in den alltäglichen Gebrauch ein und wurden zu einem allgemeinen Maßstab der Beschreibung politischer Verhältnisse. Dabei reduzierte sich das Wissen aus Umfragen von einem Geheim- oder Herrschaftswissen zu einem zeitlichen Vorprungwissen.

Doch die Demoskopie erhielt jenseits dieser Bedeutungsdimension eine weitere, grundlegende Funktion für die Parteien, sie wurde nämlich zum *Faktor* der strukturellen Veränderung der Parteien. In ihrer Methodik beschränkte sie sich nicht allein auf die Erfassung von Meinungen per Umfrage, sondern weitete ihr methodisches Programm auf andere wissenschaftliche Disziplinen je nach Bedarf aus. So griff sie

neben der grundlegenden Sozialstatistik auf (Motiv-)Psychologie, Mobilitäts-/Schichtungs- und Organisationssoziologie sowie an kommunikativen Fragen der Meinungsbildung anschließende Wissenschaften zurück. Damit entwickelte sich Umfrageforschung zu einem ganzen Bündel verschiedener wissenschaftlicher Bearbeitungsweisen von Problemen. Die Reihenfolge der absorbierten Disziplinen verlief in beiden Parteien gleich, auch wenn sich leichte zeitliche Verschiebungen ausmachen lassen und der Fokus auf interpersonale und massenmediale Kommunikation stellenweise anders akzentuiert wurde. Speziell zu Beginn der Meinungsforschung wurde die Umfrageforschung eingesetzt, um die Zusammenhänge der Organisation neu zu strukturieren und neuen Aufgaben der Parteipolitik zur adäquaten Bearbeitung zu verhelfen oder sie wurde, wie zunächst im Falle der CDU, als Ressource zum Tausch gegen Mitsprache angeboten. Auf diese Weise wurde der Apparat ausgebaut und seine Aufgaben ausdifferenziert. In der Folge wurde eine andere, verbesserte Kommunikation notwendig, die ebenfalls von der Demoskopie als Arbeitsfeld entdeckt wurde. Hier kamen insbesondere Organisationssoziologie sowie Kommunikations- und Medien(wirkungs)forschung zum Zuge. Die Demoskopie erhielt somit eine Schlüsselrolle für den Umbau der Parteien zwischen den fünfziger und frühen siebziger Jahren, da sie mit ihrem erweiterten Fachwissen Probleme als solche erkennen und bearbeiten konnte. Ihr erwuchs eine katalytische Funktion für die organisatorische und kommunikative Ausdifferenzierung des Parteiapparats und seiner Arbeitsweisen, ohne zu einer Apparatisierung zu führen. Wenn jedoch Demoskopien zu beratungsmächtig wurden oder einfach keinen Erfolg brachten, wurden neue Institute herangezogen. Sowohl die Professionalisierung mittels Kompetenzbildung als auch die Pluralisierung der demoskopischen Nachfrage können als Mechanismus zur Absicherung der Handlungsautonomie betrachtet werden. Allerdings waren die Parteien sich zwar oft, aber nicht fortwährend, der Kosten der demoskopisch bedingten Veränderung und vor allem der Öffnung zu neuen Wählerschichten bewußt. Die Erinnerung an die Rolle der Stammwählerschaft kehrte spätestens bei entsprechend schlechten Umfrage- oder Wahlergebnissen zurück.

Verwissenschaftlichungsprozesse konturierten zentrale Punkte des Wandels bei beiden Volksparteien: in Bezug auf die eigene Organisation, auf ihr Selbstverständnis, auf ihre Wählerschaft und deren Ansprache. Die demoskopische Verwissenschaftlichung erzeugte mit der Akademisierung und Professionalisierung eine Eigendynamik der Parteien, die in der Folge die verschiedenen Funktionen der Demoskopien wieder auf die Rollen als Beobachter und Berater für die Selbstbeschreibung der Parteien reduzierten. Sie blieben dennoch an zentralen Stellen im politischen Prozeß erhalten, wurden zu einer Stabsstelle der Organisation. Die Verwissenschaftlichung der Parteipolitik bedeutete im Resultat mehr als ›nur‹ die Beratung durch Experten im politischen Prozeß. Sie strukturierte diesen neu.

Karl-Georg
von Stackelberg

Souffleur auf politischer Bühne

Von der Macht der Meinungen und
den Meinungen der Mächtigen

MiK 5 105 Deutscher
Bundestag 11. 9.75



verlag moderne industrie

»Als ich mich noch ein letztes Mal – ein halbes Jahr bevor er starb – mit Dr. Konrad Adenauer unterhielt, fragte er mich mit einem vertraulichen Augenzwinkern, wie weit man nun eigentlich wirklich den Ergebnissen von Repräsentativ-Befragungen trauen könne. Diese Frage stellte er, nachdem er die Meinungsforschung über fast zwei Jahrzehnte in seinem Sinne benutzt hatte: als ein pragmatischer Verwerter dieser Informationsquelle, wobei er die Ergebnisse von EMNID und Allensbach gerne sogleich in Pressekonferenzen zitierte, wenn die CDU/CSU günstig stand oder Ergebnisse seine Standpunkte bestätigten – aber schon im nächsten Monat die Methodik in Frage stellen konnte, wenn die SPD wieder vorne lag oder die Ergebnisse ihm sonst ungünstig erschienen. »Sie wissen ja, wie wenig man sich auf solche Befragungen verlassen kann!« Im übrigen war er ein stets interessierter und neugieriger, zugleich aber auch sehr skeptischer Verwerter dieser Informationen und hatte sich bis zuletzt das Mißtrauen gegenüber diesen Zahlen bewahrt. Darüber wird auf den folgenden Seiten noch mehr berichtet werden.«

München 1975, S. 11 u. 12 (Kolumnentitel).

Zweiter Teil

Repräsentation und Öffentlichkeit: Der demoskopische
Diskurs in Parteien und Medien

RECHT UND STAAT
 IN GESCHICHTE UND GEGENWART
 EINE SAMMLUNG VON VORTRÄGEN UND SCHRIFTEN AUS
 DEM GEBIET DER GESAMTEN STAATSWISSENSCHAFTEN

200/201

MEINUNGSFORSCHUNG
 UND
 REPRÄSENTATIVE DEMOKRATIE

Zur Kritik politischer Umfragen

VON

DR. IUR. WILHELM HENNIS

Wissenschaftlicher Assistent am Institut für politische Wissenschaft
 der Universität Frankfurt a. M.



1957

DEUTSCHER BUNDESTAG
 Bibliothek



348547

VERLAG J. C. B. MOHR (PAUL SIEBECK)
 TÜBINGEN

Mik 1824 Deutscher Bundestag 13. 6. 57 M

»Auch viele Meinungsforscher meinen guten Glaubens die öffentliche Meinung zu erforschen und zur öffentlichen Anerkennung zu bringen. Daß sie in Wahrheit dazu beitragen, sie durch die stimmkräftigere und in die Evidenz der Meßbarkeit gebüllte gemeine Meinung zu verdrängen, bezeugt eine Dialektik, der auch sie sich nicht entziehen können.«

S. 64 u. 45 (Kolumnentitel).

Viertes Kapitel

Deutungsangebote der Meinungsforschung und deren Verarbeitung im politischen Prozeß

1. Einführung

Im folgenden richtet sich der Fokus der Untersuchung vor allem auf die Rolle der Demoskopie für die politischen Deutungshorizonte und seiner Verschiebungen. Damit schließt sich die Frage nach den inhaltlichen und machtvollen Verwendungskontexten an die Untersuchung der institutionell bedingten Wechselwirkungen zwischen den politischen Akteuren und der Meinungsforschung und die aus diesen Prozessen erfolgenden Wirkungen für ihr Handeln und ihre Kommunikation an.

Ausgehend von der Vorstellung, daß eine auf institutionelles Entscheidungshandeln konzentrierte Definition von Politik hier zu kurz greift, um die ganze Tragweite der mit einer neuen Selbstbeobachtung verbundenen Auswirkungen zu erfassen, werden politische Handlungen als »kommunikative Ereignisse« begriffen. Auf diese Weise wird ›die‹ Entscheidung zu einem in ihrer Bedeutung relativierten Teil der Politik, so daß die Beschreibung von Politik über die Beschreibung dieser spezifischen Handlung hinausgeht. Im Brennglas der Betrachtung erscheinen dann die kommunikativen Bedingungen und Vorgehensweisen, die den normativen Rahmen des rationalen Vernunfthandelns historisieren und einen Blick auf die Genese der Entstehung dieses Rahmens freilegen. In Anlehnung an diese andere Perspektive auf Politik läßt sich dann fragen: Wie floß Meinungsforschung vermitteltst ihrer Aufbereitung von Fragen und Ergebnissen in die politische Kommunikation und Sprache ein? Wie wirkte sie sich auf die sprachlich bedingte politische Realität aus, wie schrieb sie sich in die Konvention des Redens über Politik ein?¹

Hier sollen die Veränderungen der diskursiven Regeln, der Konvention des Sagbaren, durch die Einführung und Etablierung diese Beobachtungstechnik der Demoskopie und die sich anschließende neue Definition von ›Wissen‹ im politischen Bereich ausgeleuchtet werden. Der politische Diskurs entwickelte sich nicht unabhängig von den verschiedenen Akteuren, ihren Situationen und den Machtverhältnissen. Vielmehr stellte er den sprachlich ausgetragenen Kampf um Macht dar, verstanden als Deutungsmacht über Wahrheit. Der Diskurs bezeichnet dabei eine Menge an Aussagen, die – auf ein Thema bezogen – über einen gewissen Zeitraum erfolgen und einem Set von Regeln unterliegen, so daß aus einer grundsätzlich unendlichen Menge von Aussagemöglichkeiten nur die den Regeln entsprechenden

¹ W. STEINMETZ, Das Sagbare und das Machbare, 1993, S. 26.

Aussagen gemacht werden können.² Damit legt die Analyse sprachlicher Praktiken den Blick auf angenommene Selbstverständlichkeiten frei. Es gilt daher, über die Untersuchung der Aussagen und ihrer kontextuellen Bedingungen und Machtzusammenhänge, diese Regeln zu identifizieren und den Diskurs in seinem Aufbau nachzuzeichnen. So wird die Konstruktion dessen, was als wahr bezeichnet und geglaubt wird, dechiffrier- und in ihrer Entwicklung nachvollziehbar. Daran schließt die Frage an, wie Demoskopie das Wissen von Gesellschaft und die darauf fußenden Ordnungsvorstellungen in der Politik durch ihre Beobachtungen in allen Dimensionen der Politik beeinflusste, aber auch von diesen Dimensionen in ihrer Erforschung der öffentlichen Meinung wiederum selbst beeinflusst wurde und darüber allmählich die »Diskursformation« (Foucault), verstanden als das Set der Regeln des Sagbaren, verschob.

Die Demoskopie bildet eine spezifische Form der Beobachtung, die auf der Unmöglichkeit der direkten Beobachtung der Gesellschaft gründet und der Unsicherheit dieser Beobachtungsform mit dem Postulat begegnet, durch Quantifizierung Sicherheit zu schaffen. Diese neue Fassung der Darstellung öffentlicher Meinung hat jedoch mit der älteren Vorstellung öffentlicher Meinung gemein, daß sie eine Beobachtung zweiter Ordnung darstellt, da sich ganze Gesellschaften nicht unmittelbar beobachten lassen. Sie erlaubt, in der prinzipiell zugänglichen Sphäre der Öffentlichkeit, die dortigen Akteure beim Beobachten zu beobachten.³ Daraus lässt sich schließen, daß sich moderne Gesellschaften über die Reflexionsebene der Öffentlichkeit, quasi in einem »Spiegel zweiter Ordnung«, beobachten lassen, wobei die Grundlagen des dabei entstehenden Wissens immer mehrfachen Unsicherheitsfaktoren unterliegen.⁴

Diesen Annahmen folgend, soll die These, daß sich durch die Nutzung der Meinungsforschung als Beobachtungsinstrument die politische Diskursformation im Rahmen neu erwachsender Ordnungsvorstellungen auf der Grundlage soziologischer Klassifikationsschemata verschob, anhand der folgenden Fragen überprüft werden: Welche Aussagen wurden von wem aus welcher Sprecherposition wann getroffen, und wie konstruierte sich darüber eine legitime Sprecherposition? Oder mit anderen Worten: Wie verschob die Meinungsforschung mit Hilfe ihrer spezifischen Aussagenform die Regeln dessen, was als politisch real anerkannt wurde und auszusprechen erlaubt war? Inwiefern veränderten sich durch solche »Theorieeffekte«

² Die Definition schließt sich an die Untersuchungen Michel Foucaults an und bezieht daran anknüpfende Überlegungen mit ein. Vgl. M. FOUCAULT, *Archäologie des Wissens*, 1973 (frz. 1969); ders., *Ordnung des Diskurses*, 1972; A. LANDWEHR, *Diskurs – Macht – Wissen*, 2003; P. SCHÖTTLER, *Wer hat Angst vorm »Linguistic Turn«?*, 1997; P. SARASIN, *Diskursanalytische Kulturgeschichte*, 1996; ders., *Diskurstheorie und Geschichtswissenschaft*, 2001. Einen Überblick über die verschiedenen Ansätze einer historischen Diskursanalyse bietet A. LANDWEHR, *Geschichte des Sagbaren*, 2001.

³ Zur entsprechenden Definition öffentlicher Meinung vgl. N. LUHMANN, *Politik der Gesellschaft*, 2000, 274–318, R. STICHWEH, *Entstehung einer Weltöffentlichkeit*, 2002.

⁴ R. STICHWEH, *Entstehung einer Weltöffentlichkeit*, 2002, S. 4; vgl. auch N. LUHMANN, *Gesellschaftsstruktur und Semantik*, 1995, S. 151–180.

(Pierre Bourdieu) die Grenzen des Sagbaren und damit auch des Politischen? Es gilt also einerseits zu fragen, wie Demoskopie sich als Beobachtungsform mit dem Versprechen der Reduktion von Unsicherheit durchsetzen und akzeptiert werden konnte und andererseits, wie ihre Klassifikationen rezipiert und eingesetzt wurden. Wie die so Klassifizierten diese Beschreibungen wiederum anerkannten und sich zuzusagen Beobachtung und Beschreibung schleifenartig in einem »Klassifikationsloop« (Ian Hacking) fortschrieben, wird unter dem Aspekt der Vermachtung sozialer Räume interessant: Wie wurde die sich ändernde Gesellschaft, auf die alte Beschreibungsmuster nicht mehr in gewohnter Form zutrafen, neu beschrieben und damit beherrschbar gemacht? Diese Frage zielt darauf, zu durchleuchten, wie die Parteien soziale Veränderungen wie Individualisierung und den mit ihr einhergehenden Verlust an Sicherheit über ihre Stammwählerschaft umgingen und wie sie die Wähler zu erfassen suchten, um sie wieder überschaubar und steuerbar zu machen. In diesem Sinne wird Demoskopie dann zur Sozial- und Regierungstechnologie, die Erfassungstechnik und Beschreibungen liefert, und damit durch Wirkungsforschung per Umfrage (als Reaktion der Wähler oder Zuschauer auf ihre Umwelt) beispielsweise zu einem Teil des gesellschaftlichen Disziplinierungsdiskurses erwächst.⁵

Das Interesse der Politik an der Meinungsforschung durchlief nur eine relativ kurze Phase der Annäherung und verband sich dann in mehreren Phasen mehr oder weniger stark mit parteipolitischen Fragen. Bei den beiden großen Parteien verliefen diese Zyklen zu verschiedenen Zeiten und in umgekehrter Reihenfolge, doch bei beiden lassen sich letztlich gleiche finale Verbindungen zur Meinungsforschung feststellen. Diese Durchsetzung der Deutungsleistung markiert den eigentlichen Umbruch in der Diskursformation der Politik. Dieser Wandel macht sich in neuen Begrifflichkeiten zur Beschreibung von Parteien und Wählern sowie einer anderen Herangehensweise an Themen bemerkbar, steht aber auch für einen paradigmatischen Perspektivenwechsel auf sich selbst und die Wählerschaft, mithin auf die Funktionsweise von Politik. Die Wechsel machten sich in Verschiebungen von Begrifflichkeiten wie beispielsweise der Ablösung der »Wählerschaft« durch den »Wählermarkt« aus.

Als Quellen rücken in diesem Teil der Untersuchung die Alltagstexte der Umfrageforschung in den Vordergrund: Präsentationen, Sprechzettel, Umfrageberichte. Sie grenzen sich ab von den üblichen Quellen der klassischen Parteien- und Ideengeschichte, zumal keine programmatischen oder »partei-offiziellen« Quellen wie Beschlüsse untersucht werden. Die Texte bilden die Werkzeuge des Diskurses und sind deshalb von Interesse, da in ihnen mehrfache Ordnungsvorstellungen stecken. Zum einen beinhalten sie die Ideen möglicher Beschreibungen der Gesellschaft seitens der Parteien, sind aber zugleich ebenso Produkt der Auftragnehmer. An ihnen werden zudem widerstreitende Aussagen sichtbar, die unterschiedliche Sprecherpositionen beinhalten und verschiedene Interessen zugleich artikulieren.

⁵ Vgl. dafür R. WINTER, *Der produktive Zuschauer*, 1995, S. 4–15.

Die Untersuchung ist mehrdimensional angelegt. So wird die Semantik der Demoskopie unter die Lupe genommen und gefragt, wie semantische Innovationen als fachsprachliche Entlehnung einen Platz im kommunikativen Handeln der Politik fanden und dabei auch Redeweisen und Sprache veränderten, mithin also tief in die politische Vorstellungswelt eindringen und den Begriffsvorrat zur Beschreibung politischer Zustände und ihrer Eingriffs- oder Steuerungsmöglichkeiten verrückten. Expliziert werden die Fragen an verschiedenen Bereichen der Beobachtung, die an bestimmte Kategorien und Klassifikationen der Demoskopie gekoppelt sind und sich an der demoskopischen »Zergliederung« des politischen Körpers abarbeiten. So wird die »Wählerschaft« als Kategoriensystem entfaltet, wobei der spezifischen Klassifikation der »Zielgruppen« eigene Aufmerksamkeit geschenkt wird. Als »eigentliche« Inhalte der Politik kommen im Kontrast dazu die Themen in den Blick, die besonders an Begriffe und Aspekte politischer Sprache gekoppelt werden. Schließlich wird die Selbstbeschreibung der beiden Parteien beleuchtet, und zwar nach den drei Kategorien Parteien, Politiker (beide: Images) und Mitglieder. Die Beispiele sollen insbesondere die Umbrüche von Beobachtung und Beschreibung charakterisieren und decken jeweils nur Teile des Beobachtungszeitraums ab. Systematisch ausgehend von den »fremden« Gegenständen der Beobachtung, das heißt den Wählern und Themen, nähert sich die Untersuchung dem »eigenen Körper«, den Mitgliedern der Parteien und ihre Spitzenpolitikern im Besonderen. Als Abschluß werden die Ergebnisse der Analysen zu den verschiedenen Kategorien und Klassifikationen unter dem Gesichtspunkt der Konzeptualisierung von Politik zusammengefaßt.⁶

2. Demoskopische Zergliederung des politischen Körpers

a) *Das Elektorat unter demoskopischer Beobachtung: Wählermarkt und Wechselwähler*

Beide Parteien interessierten sich zunächst bestenfalls auf lokaler Ebene aktiv dafür, die Wahlentscheidung der Bürger (auch demoskopisch) zu beleuchten.¹ Wählerschaft wurde auf den Bundesebenen der Parteien im Terminus des »Volkes« oder der »Bevölkerung« gedacht; nach innen stellte sich die Kommunikation über Wähler etwas anders dar. Beide Parteien bezogen ihre Gesamtvertretungsansprüche auf die entsprechenden im Kaiserreich ausgeprägten sozialmoralischen Milieus, auch wenn die CDU zunächst als katholisch geprägte bürgerliche Partei Traditionen unter-

⁶ Hier wird das Modell von Ian Hacking aufgegriffen, neben der Semantik und ihres folgenden Klassifikationsloops, auch die daraus entstehende Veränderungsdynamik als die eigentlich spannende Frage zu verfolgen. Vgl. I. HACKING, »Soziale Konstruktion«, 1999, S. 193 f. Er selber hat diese Fragestellung zur Entwicklung der multiplen Persönlichkeit untersucht: I. HACKING, *Multiple Persönlichkeit*, 2001.

¹ In diesen Fällen handelte es sich zumeist um private Aufträge von Kandidaten. Infratest und das IfD unternahmen in diesem Sinne 1948 bzw. 1950 lokale Untersuchungen.

schiedlicher konservativer Milieus fortsetzte.² Verschiedene weltanschauliche Denkstile, mit Ludwik Fleck verstanden als gruppendifinierende, gleich ausgerichtete Wahrnehmungs- und Vorstellungshorizonte, prägten demnach zunächst die CDU in ihren Vorstellungen von sich selbst und ihrer Klientel.³ Fragen der Stimmenverteilung wurden höchstens nach Wahlkreisen berechnet. Die CDU versuchte im Vorfeld der ersten Bundestagswahl 1949, ihre Unsicherheit über die mögliche Stimmverteilung zu lösen, indem sie verschiedene Wahlrechtsmöglichkeiten und Wahlkreiszuschnitte vor dem Hintergrund konkurrierender Parteien im konservativen Lager berechnete und dabei alte Wahlergebnisse einbezog. Dazu wurde im Frühjahr 1949 ein sogenannter »Arithmetiker-Ausschuß« eingesetzt, um vorteilhafte Zuschnitte und ein für die CDU günstiges Wahlsystem, orientiert an der erwarteten Wählerschaft bürgerlicher Parteien, zu ermitteln.⁴ Dabei wurde die sozialstatistische Beschreibung der Wählerschaft genutzt, wie sie Johannes Schauff bereits zu den Reichstagswahlen 1928 für die Wähler des Zentrums vorgeführt hatte.⁵ Diese Auswertungen beschäftigten sich noch bis in die fünfziger Jahre hinein rechnerisch wie mathematisch-theoretisch mit Fragen der Wahlbeteiligung und des Wahlrechts, vor allem bezogen auf Auswirkungen verschiedener Wahlsysteme. Demgegenüber nahm sich die statistische Tätigkeit der SPD trotz ihres großen Umfangs äußerst sparsam aus. Sie stellte die Zahlen der Erst- und Zweitstimmen nur nach Bezirken sortiert zusammen und zog später Vergleiche zu früheren Wahlen.⁶ Damit war die Wählerschaft in den Überlegungen der Parteien um und nach 1949 zunächst abwesend. Die jeweiligen Leitbilder zur Klientel waren in den Parteien durch das jeweilige Weltbild vorgegeben, so daß die Beschäftigung mit ihr für beide Parteien dem Anschein nach überflüssig erschien.

Die Gestalt der Wählerschaft wurde für die Parteien erst zur Bundestagswahl 1953 ein Thema. Bei der CDU wurden diese Überlegungen angeleitet durch die bereits im Regierungsapparat angewandte Meinungsforschung.⁷ In der Aufbauphase der CDU nutzte Adenauer die Chance zur Erweiterung der Parteibasis durch die Absorption anderer politischer Parteien. Dies bedingte die Erweiterung der Wählerschaft, deren hohe Zustimmung zur CDU den Sammlungskurs forcierte wie bestätigte.⁸ Die

² Dorothea Buchhaas meint, diese Heterogenität sei der eigentliche Grund für die späte Gründung der CDU auf Bundesebene. Vgl. D. BUCHHAAS, Die Volkspartei, 1981; insbesondere für das konservative protestantische Milieu vgl. F. BÖSCH, Das konservative Milieu, 2002.

³ Vgl. L. FLECK, Entstehung und Entwicklung, 1935 (1980), S. 111–145.

⁴ Vgl. dazu und zur Rolle und zum Einsatz von Statistik Kap. 2.2.a; vgl. hier insbes. das vertrauliche Protokoll der Sitzung des Arithmetiker-Ausschusses am 11. 3. 1949, ACDP VII-004-397/1.

⁵ Personelle Kontinuitäten ergaben sich dabei aus dem Umstand, daß Schauff aus dem Rheinland kam und mit späteren Spitzenpolitikern wie Heinrich Krone seit Jugendtagen befreundet war. J. SCHAUFF, Katholiken und die Zentrumspartei, 1928.

⁶ Vgl. für die Behandlung der Statistik bei der SPD Kap. 3.1.b.

⁷ Für die Partei blieb es bei den schon zuvor erprobten statistischen Überlegungen, da das Bundespreseamt die demoskopische Arbeit dominierte. Vgl. Kap. 2.1. und 2.2.

⁸ Wie diese strategische Erweiterung der Partei gelang, ist Kern der Darstellung bei F. BÖSCH, Die Adenauer-CDU, 2001.

CDU besaß keine feste Vorstellung von ihrer Wählerschaft nach sozialer Segregation o. ä. wie die SPD, so daß verschiedenste Vorstellungen einer CDU-Wählerschaft auf die CDU projiziert werden konnten. In der Machtperspektive der CDU, der Aussicht auf eine sichere Stimmenmaximierung zum Regierungserhalt, ist also vornehmlich die Begründung für die schnelle Akzeptanz der Meinungsforschung zu suchen; in der Meinungsforschung bot sich ein Instrument zur gezielten Erweiterung der Wählerklientel. Die rein weltanschauliche Beschreibung der eigenen Wählerschaft wurde ersetzt durch die Beschreibung von Wählern mittels der Meinungsforschung.

Die Demoskopien gingen dabei auf zweierlei Wegen vor. Zum einen sicherten sie sich mit ihrer Anlehnung an bekannte Kategorien der Sozialstatistik ihre Glaubwürdigkeit. Die Wählerschaft bestand dabei immer aus der gesamten wahlberechtigten Bevölkerung, die aufgegliedert wurde nach Alter, Geschlecht, Konfession, Berufsstand und Wohnort. Damit wurde die statistische Zuverlässigkeit geborgt, um eine Anschlußfähigkeit an die demoskopisch möglichen Aussagen herzustellen. Gebunden an statistische Kategorien versprach die Umfrageforschung, Aussagen zur Wahlabsicht so sicher wie die Statistik treffen und damit das Ergebnis der Wahl vorherzusagen zu können. Die Sozialstatistik bot so zwar eine Anschlußmöglichkeit, um ihr eigenes Tun gegenüber politischen Akteuren verständlich zu machen, aber sie mußte sich zugleich als eine weitergehende Technologie präsentieren, wollte sie nicht mit repräsentativer Statistik gleichgestellt und damit im Zweifelsfalle uninteressant werden. Zum zweiten dynamisierte sie eben diese Beschreibung der Wählerschaft durch Umfragen. Sie verließ dafür die sozialstatistische Ausgangsbasis und übernahm lediglich deren Kategoriensystem, um von sozialen Kriterien losgelöste, desaggregierte Einzelmeinungen aufzunehmen und nach Maßstäben eines repräsentativen Samples nach Gruppen wieder zusammenzusetzen. Dazu veränderte sie die zeitliche Struktur politischer Kommunikation, da sie nicht allein – wie die repräsentative (Wahl-)Statistik – das Wahlverhalten anhand des Wahlaktes retrospektiv nachzeichnete, sondern zu beliebigen Zeitpunkten eine Wahl durch die Befragung gewissermaßen simulierte. Sie maß Meinungen und zeigte deren prospektive Bedeutung für eine Wahl auf, indem sie durch die Umfragetechnik neues Wissen schuf. Sie griff dem Wahlakt vor und ermöglichte es, die Wählerschaft einer Beeinflussung im Anschluß an die Ergebnisse der Umfrage mit Blick auf die Wahl zuzuführen.

Dabei kalkulierte die Demoskopie je nach Partei mit der typischen Wählerklientel, wie es das Angebot von Ennid an die CDU zur Mitbestimmungsfrage und an die SPD zum Dürkheimer Programm aufwies, und unterstrich die dadurch generierbaren Kenntnisse und deren politische Verwendung, wie es das Angebot des IfD an die CDU vorsah. Das IfD bediente in der CDU weiterhin existente Vorstellungen von der Mehrheit der Wählerschaft als weitgehend unpolitische, da unwissende und ungebildete Masse. Es unterfütterte diese Auffassung einerseits mit entsprechenden demoskopischen Daten und andererseits mit (häufig nur implizit vertretenen) Modellen zur Steuerung von Kommunikation und zur Meinungsbildung. Die demoskopische Kategorie des ungebildeten Wählers oder seiner fehlenden demokrati-

schen Reife verweist auch auf den Diskurs über das nationalsozialistische Erbe, indem darauf rekuriert wurde, daß die deutsche Bevölkerung erst mit der Demokratie umzugehen lernen müsse und nicht so leicht alte Vorstellungen aufgeben könne. Der deutsche Wähler war in seiner Mehrheit daher nicht unmittelbar zur Demokratie fähig und mußte zunächst dazu erzogen oder ›gebildet‹ werden, wie der Chef des Bundespresseamtes, Otto Lenz, ausführte:

»Und ich bitte, das bei den Parteien [seine Ausführungen zum politischen Desinteresse, A. K.] nicht mißzuverstehen, das heißt nicht daß die Parteien ausgeschaltet werden sollten, sondern im Gegenteil, daß wir erst einmal die Bevölkerung, die bisher politisch abseits steht, überhaupt reif machen für eine politische Betätigung der Partei. [...] Sie [die unpolitische Hälfte der Bevölkerung, A. K.] will erst einmal einen Maßstab haben, nach dem sie dann die anderen politischen Dinge und auch die Parteien beurteilt. [...] daß wir erst einmal die Bevölkerung, die bisher politisch abseits steht, überhaupt reif machen für eine politische Betätigung in einer Partei.«⁹

Dieses Bild der Wählerschaft war von zwei Aspekten geprägt. Zum einen verband sich mit der fehlenden Reife eine Vorstellung von fehlender Bildung, die aus der zwölfjährigen Diktatur gespeist wurde. Dies entschuldigte einerseits, zielte aber auch auf spezifische Überhänge in den Vorstellungen der Wähler. Die Beschreibung, daß Meinungsforschung einen Zugang zur »verhärteten politischen Mentalität« der Deutschen schaffen könne, bestätigt diese Lesart der fehlenden Reife.¹⁰ Demnach wurde der Wähler aufgrund seiner weiterhin teilweise vorhandenen nationalsozialistischen Einstellungen als »rückfallgefährdet« charakterisiert. Er bedurfte der Beobachtung und Lenkung. Insbesondere das Beispiel des Antisemitismus wurde als Legitimation einer solchen Beobachtung und Lenkung verwendet, so daß eine regelrechte Bearbeitung der Wählerschaft zur Pflicht wurde.¹¹ Mit dieser Herangehensweise bediente sie genau dieses Bild des »unpolitischen Deutschen«. ¹² Diese Vorstellung tauchte bereits in dem älteren, aus dem Kaiserreich stammenden und noch in der Weimarer Republik vitalen Masse-Diskurs auf. Demnach war die Vorstellung von Wählerschaft in der CDU eher mit der Vorstellung einer apolitischen Masse verbunden.¹³ Das Stichwort zu einer entsprechenden Bearbeitung lieferte wiederum Neumann mit dem Hinweis, man müsse die demoskopischen Erkenntnis-

⁹ Otto Lenz, Rede »Das politische Klima in der Bundesrepublik« vom 6. 9. 1952 vor dem CDU-Bundesausschuß, S. 11 und 12, ACDP I-172-009 (2); vgl. auch dazu Kap. 2.2.a, S. 92.

¹⁰ Brief von Neumann vom 26. 9. 1949 an BK, BA B 145/1566.

¹¹ Vgl. auch dazu Kap. 2.1.a; Vortrag E. P. Neumann auf einer Tagung des Instituts für Zeitungswissenschaft an der Universität München und der Zeitungswissenschaftlichen Vereinigung vom 24.–26. 10. 1952: »Planmäßige Erforschung der öffentlichen Meinung im Dienst der staatsbürgerlichen Aufklärungsarbeit«, ACDP I-172-035 (3).

¹² Vgl. dazu auch die Überlegungen von R. DAHRENDORF, *Gesellschaft und Demokratie*, 1965, S. 359–374.

¹³ Vgl. A. SCHILDT, *Konservatismus*, 1998, S. 217 ff.; zum Masse-Diskurs auch P. NOLTE, *Die Ordnung der deutschen Gesellschaft*, 2000, S. 304–308; A. SCHILDT, *Zwischen Abendland und Amerika*, 1999, S. 21–82 zum konservativen Denken unter dem Stichwort »Abendland«; für den Wandel des Widerstreits zwischen »Kultur« und »Masse« nach 1945 im Bürgertum V. R. BERGHAHN, *Recasting Bourgeois Germany*, 2001.

se einer »politischen Pädagogik« zuzuführen.¹⁴ Sowohl die Erfassung von Meinungen wie auch deren Darstellung in den Berichten des IfD entsprachen dieser Ausrichtung in Betrachtungs- und Bearbeitungsweise des IfD, indem es Wissenslücken in der Wählerschaft erfragte und damit sowohl fehlende Bildung als solche nachwies wie auch die entsprechende Forderung nach einer Bearbeitung aufstellte. Zugleich verzichtete das Institut auf explizite soziodemographische Darstellungen der Wählerschaft anhand der Umfragen. Dieser Perspektive entsprach die Beschreibung der Wählerschaft, die weder eine soziologische noch eine demoskopische Fachsprache (sofern diese Anfang der fünfziger Jahre überhaupt deutlich ausgeprägt war) aufwies. Damit wurde der Blick auf den Wähler mit einer spezifisch wertenden Sichtweise sowie Bearbeitungsoption verbunden, die sich an das im Hintergrund der Partei weiterwirkende christliche und harmonische Ordnungsmodell von Gesellschaft anlehnte. In diesem Sinne geriet dann die gesamte Wählerschaft, die wahlberechtigte Bevölkerung, in den Blick, da Wähler aus allen Schichten nach dieser Vorstellung anzusprechen waren. Somit konnte sich eine Art Marktmodell der Wählerschaft problemlos etablieren, da es dem prinzipiellen Selbstverständnis der CDU von ihrer Offenheit für die gesamte Wählerschaft folgte. Dieses Modell ging gut mit der soziologischen Beschreibung zusammen, die Emnid im Laufe der fünfziger Jahre einbrachte und die Grundlage des demoskopischen Diskurses zur Wählerschaft in der CDU der sechziger Jahre bildete. Die Vorstellung der ungebildeten und apolitischen Mehrheit der Wählerschaft geriet durch eine politikwissenschaftliche, soziologische und psychologische Gemengelage, in der die Wählerschaft als eine sozialstrukturell bestimmte und über ihre Lebensumstände spezifisch ansprechbare Gruppen konstruiert wurde, in den Hintergrund. Statt dessen gewann die Faktorenanalyse, in der die Bestimmungsfaktoren der Meinungsbildung gewichtet wurden, an Bedeutung.¹⁵

Bei der SPD wurde die Statistik als Mittel zur Beschreibung der Wählerschaft wie der Mitgliedschaft nach der Bundestagswahl 1953 wiederentdeckt, und zwar als dynamisches Instrument der Beschreibung. Unter der Verwendung eines noch aus dem Kaiserreich stammenden Begriffs der Propaganda, der massenpsychologisch ausgerichtet war und auf eine Einheit von organisatorischer und politischer Werbung zielte, bezog sich die politische Arbeit der Partei immer auf eine als Einheit verstandene Arbeiterschaft, die es für Wahl und Organisation zu gewinnen galt.¹⁶ Demzufolge erzeuge die richtige Propaganda die Einsicht der Betroffenen, sich hinter die SPD zu stellen, meinte Willi Eichler noch 1958 – er trieb zwar die Meinungsforschung in der SPD voran, wollte sie aber nicht mit Werbung verknüpft wissen.¹⁷ Aufklärung wurde als der historische Auftrag der SPD begriffen, die sich als natür-

¹⁴ Brief von Neumann vom 26. 9. 1949 an den BK, BA B 145/1566; für Neumanns Weltbild bezüglich einer politischen Pädagogik vgl. auch N. GRUBE, Deutschlandkonzepte, 2004.

¹⁵ Vgl. z. B. Ernst Bach an Adenauer am 9. 5. 1961 zur Entwicklung der Wahlabsichten, ACDP VII-002-K001/2; Untersuchungsprogramm von Emnid zur Bundestagswahl 1961 und die Überlegungen zur Faktorenanalyse ab 1963 in der CDU, Kap. 2.2.c und Kap. 2.3.a.

¹⁶ Vgl. W. SCHIEDER/C. DIPPER, Stichwort Propaganda, in: Geschichtliche Grundbegriffe, 1984.

¹⁷ Vgl. W. EICHLER, Wählermanipulierung, 1958.

liche Vertreterin der Arbeiterschaft sah. Innerhalb dieses weltanschaulichen Rahmens, der von einer politischen Sozialisation in der Weimarer Republik geprägt war, bewegte sich der Denkstil der SPD. Politik bestand daraus, die gesellschaftliche »Wahrheit« zu kennen und im Sinne einer sozialistischen Aufklärung zu verkünden. Demnach benötigte die SPD eigentlich gar keine Umfragen. Dennoch verschaffte sie sich aufgrund ihrer wissenschaftlichen Affinität und nach der Irritation durch das Wahlergebnis 1953 Daten der Meinungsforschung. Weitere Daten waren, gleichsam natürlich, in sozialstatistischen Übersichten der Statistischen Ämter erfaßt und zunächst ebenfalls von einem eher allgemeinen, darstellerischen Interesse. Dynamische Verbindungen zwischen der sozialstatistischen Aufgliederung der Gesellschaft zur Wählerklientel der SPD wurden nicht hergestellt. Überlegungen dieser Art waren letztmals am Ende der Weimarer Republik vereinzelt in einschlägigen Zeitschriften angestellt worden.¹⁸ Hier zeigte sich die Selbstbeobachtung einer Partei, die auf marxistischen Grundlagen fußend, zwar Wissenschaftlichkeit als Grundlage des Fortschritts und damit wissenschaftliche Beobachtungen anerkannte, dies aber nicht auf sich selber und ihre Darstellung sowie Wähler anwandte beziehungsweise anwenden konnte, da sie in der Selbststilisierung als »proletarische Massenbewegung« auch aufgrund ihrer organisatorischen Bedingungen stecken geblieben war.¹⁹ Eine Ausnahme hatte die sogenannte »3 Pfeil-Initiative« gebildet, mit der die SPD versuchte, verloren gegangene Wähler im Reichstagswahlkampf 1932 zurückzugewinnen.²⁰

Die bundesrepublikanische SPD fiel hinter den Stand dieser Analysen und Überlegungen zur Wählerschaft zurück, zumal ihr die reichhaltige Zeitschriftenkultur der Weimarer Republik fehlte, um intellektuellen und dissidenten Ansichten zur Formierung der Wählerschaft Raum zu geben. Dies änderte sich mit der Gründung der »Neuen Gesellschaft« 1954, in der schon bald über Veränderungen der Gesellschaft diskutiert wurde. So könnte man schlußfolgern, daß eine teilweise personelle und organisatorische Kontinuität der SPD aus der Weimarer Republik trotz eines fraglos vorhandenen exilbedingten Veränderungsdrucks eine Beharrungskraft in Beobachtungsmechanismen mit sich brachte²¹, die sich auf Werbung, Selbstverständnis und politische Kommunikation der SPD auch nach 1945 auswirkte. In ihrer Denkweise war Wirklichkeit unmittelbar ersichtlich und die Klassenlage objektiv zu erkennen. Zudem befand sich die Vorstellung einer dynamischen Veränderung der kapitalistischen Gesellschaft außerhalb ihres Erwartungshorizontes. Dies bedingte

¹⁸ Vor allem Georg Decker engagierte sich in der Wahlanalyse, aber auch einige andere eher marginale Wahlanalysen fanden sich: Vgl. als Beispiele H. NEISSER, Sozialstatistische Analyse, 1930; A. SIEMSEN, Die Frauenwahlen, 1928; G. DECKER, Das unbekannte Volk, 1930; ders., »Klarlegung der Fronten«, Vorwärts vom Nr. 377, 12. 8. 1932; ders., Politische Wandlung, 1930; ders., »Wahlanalyse«, Vorwärts vom 16. 09.–2. 10. 1930; R. HILFFERDING, In der Gefahrenzone, 1930.

¹⁹ Vgl. H. A. WINKLER, Weg in die Katastrophe, 1990, zu sozialdemokratischen Wahlanalysen und deren Widerspruch zum Selbstverständnis und der Unfähigkeit zur Veränderung, S. 201–206; dazu auch grundlegend H. MOMMSEN, Der Immobilismus der SPD, 1974.

²⁰ Vgl. G. PAUL, Aufstand der Bilder, 1990, S. 177 ff.

²¹ Vgl. zur Westernisierung und zur Frage der Rolle des Exils Kap. 3.2.c.

die spezifische Herangehensweise an die Meinungsforschung, bei der zunächst Meinungsforschung das Mittel zum Zweck sozialistischer Propaganda war.

Die Wählerschaft bestand demnach für die SPD aus statischen gesellschaftlichen Gruppen, von denen die Arbeiterschaft weiterhin Trägerin der Hoffnung auf die politische Mehrheit und daher bevorzugt anzusprechen war. Diese Sicht erlaubte zwar einen soziodemographischen Blick, der die großen Mengen der fluktuierenden Wähler (zwischen 1949 und 1953) erfaßte, unter denen insbesondere Frauen, Jungwähler und Nichtwähler ausgemacht wurden. Damit verband sich aber immer die Vorstellung der SPD als einer Klassenpartei, die nur bestimmte Schichten dieser Gruppen ansprechen konnte. Einige Aussagen dazu aus einem Referat zur Vorbereitung der Bundestagswahl 1953 mit Hilfe von Meinungsforschung und Wahlstatistik verdeutlichen diese Sichtweise.²² Unter generellen Verweisen wurde auf die Unsicherheiten der Umfrageforschung und insbesondere auf die unentschlossenen Wähler als noch zu agitierende Gruppe eingegangen, da die Tendenz in den Umfragen keine erfreulichen Aussichten für die SPD bereit hielt: »Der SPD ist also im Gegensatz zur Koalition bis zum Mai [1953, A. K.] ein Einbruch in die Wählerreserven noch nicht gelungen, wenn auch die seit einem Jahr fast konstant behaupteten Positionen überall gehalten wurden.«²³ Hier traf die Rede von der sich verändernden Gesellschaft im Angesicht des sich anbahnenden »Wirtschaftswunders« auf ein Bemühen, mehr über diese Gesellschaft als Wählerschaft zu erfahren, indem man sie statistisch differenzierte. Zum einen änderte sich die Zusammensetzung der Gruppen, zum anderen sorgten die Ergebnisse der Meinungsforschung für die Erkenntnis, daß sich Meinungen änderten und potentiell auf die Wahlentscheidung durchschlugen. Die Vorstellungen einer Einheit der Arbeiterschaft, die zwar seit dem Aufstieg der Arbeiterbewegung aufgrund der Bindung der katholischen Arbeiterschaft an das Zentrum eine reine Wunschvorstellung gewesen war, sich aber in mancherlei Hinsicht ideologisch erhalten hatte, wurden nun auch demoskopisch belegt.²⁴ Die mit den Daten der Meinungsforschung vermittelte Erkenntnis, daß sich ihr Ethos der Aufklärung an den Realitäten der Wählerschaft brach, wirkte wie ein Schock auf die SPD: Sie wies diese Erkenntnis von sich, indem sie diejenigen Aspekte, die ihren Vorstellungen widersprachen, weitgehend in ihren Denkhorizont so einzufügen versuchte, daß alle Widersprüche zu ihrem Denken verschwanden.²⁵

In kleinen Schritten veränderte die Meinungsforschung demnach die Wahrnehmung der Wählerschaft und den Denkstil der SPD durch eine neue Kategorisierung

²² Bruno Gleitze entwickelte aus den monatlichen Emnid-Umfragen einen Tonbildvortrag mit Dias über die Situation in der Wählerschaft. Inwiefern diese Tagung in dieser geplanten Form stattfand ist unklar, denn sie war auf den 17. und 18. Juni 1953 terminiert worden. Vgl. [Gleitze/Heine], Vortragstext, AdsD 2/PVA]000382; für vorhandene Bilder das Material in AdsD PV 01568B.

²³ [Gleitze/Heine], Vortragstext 1953, AdsD 2/PVA]000382.

²⁴ Vgl. insbesondere W. Hartenstein/K. Liepelt/G. Schubert, Arbeiterschaft vor der Bundestagswahl 1957, Juli 1957 AdsD PV 04878.

²⁵ Wie die SPD das im einzelnen tat, wird im folgenden am Beispiel der Wechselwähler und in Kapitel 4.2.b anhand der Arbeiterschaft beschrieben.

der Wählerschaft. Diese lehnte sich zwar weiterhin an soziale Lagen an, wurde jedoch sozialpsychologisch variiert, indem von den vereinzelt Meinungen ausgehend neue Gruppierungen und so andere Vorstellungsbilder von der Wählerschaft geschaffen wurden. Auf diese Weise lockerte sich durch die desaggregierte Darstellung der Wählerschaft die (lediglich als ideologischer Restbestand fungierende) Vorstellung fester Determinierungen der Wahlentscheidung: Nicht alle Arbeiter müßten zwangsläufig SPD wählen, nicht alle Angestellten oder Selbständigen CDU. Die Wählerschaft wurde von den Meinungsforschern in zwei Blöcke geteilt. Damit gingen sie auf die Zweiteilung des Weltbildes der SPD ein.²⁶ Die überholte Vorstellung wurde einerseits gefestigt, andererseits aber auch aufgelöst.

Regelmäßig wurde behauptet, daß sich die »Fronten« zwischen den Lagern »aufzulösen« begännen. Die militärische Sprache von der Auflösung von Fronten und »Einbrüche« in die Wählerschaft des Gegners, der sich vor allem Infas zu Beginn bediente, machte die Vorstellung zur Veränderung der Wählerschaft plastisch und suggerierte einen beständigen Kampf um Wählerstimmen.²⁷ Bei der SPD wurden früh der ökonomischen Sprache entlehnte Begriffe benutzt, um zum einen an die in der SPD am weitesten verbreitete Fachsprache anzuschließen und zum anderen generell allgemein bekannte Vorstellungen ökonomischer Prozesse aufzugreifen. Dies dürfte auch an der Tätigkeit des ersten Meinungsforschungsinterpreten, Bruno Gleitze, seines Zeichens Konjunkturforscher, gelegen haben. An dessen Ausdrucksweise lehnte sich Infas an, nachdem es zunächst mehr soziologische Fachbegriffe (»Wählerbewegungen«, »Zielgruppe«, »weiche Wähler«) benutzt hatte, die von vielen Wortneuschöpfungen soziologischer Art begleitet wurden wie »integrierte Strategie«, »politisch-soziologische Gesamtrechnung« oder »politisches Sozialprodukt« (gemeint war die Gesamtheit der Entscheidungsfaktoren für politisches Handeln aller gesellschaftlicher Gruppen in der Bundesrepublik). Die von dem Institut nur vorübergehend benutzten Wortungetüme können als Anzeichen dafür gelesen werden, daß sie am Beginn einer anderen Beschreibung gesellschaftlicher Phänomene am Schnittpunkt zwischen Fachwissenschaft und politischem Engagement standen, in dem sich noch keine feste Ausdrucksweise etabliert hatte. Daher beruhte die etwas krude, soziologisch-wirtschaftswissenschaftliche und politische Sprache auf einer gewissen sprachlichen Unsicherheit. Es wurde wiederum auf ökonomische Metaphern gesetzt, wenn 1960 von der »Konjunkturbeobachtung« als monatlicher Beobachtung des »Kurswertes« der Parteien die Rede war und die Situation »des nahezu

²⁶ Vgl. als besonders sinnfällige Abbildung dieser Vorstellung eine frühe Wählertypologie der drei Sozialforscher (vor der Gründung von Infas), »Wahlpropaganda-Schema«, AdsD 2/PVAJ000386.

²⁷ Zitat-Beispiele: Günter Eck/Christian Sauer alias K. Liepelt/G. Schubert/K.-C. Kaiser, »Neue SPD-Wähler – woher?«, AdsD PV 01077, S. 3; »Konsumfront« und »Einbrüche ins »bürgerliche Lager« finden sich in Infas, »Konturen und Positionen im Bundestagswahlkampf. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung der SPD II/5, 11.1960«, AdsD PV 0984, S. 34.; »Auflockerung der Fronten«, Vortrag Liepelt auf der Sekretärskonferenz zur Auswertung der Bundestagswahl am 17. 11. 1965 auf Burg Ockenfels, S. 34, AdsD PV 01497. Für die militärische Semantik im gesellschaftlichen und alltäglichen Sprachgebrauch vgl. M. WENGLER, Öffentliche Sprachsensibilität, 2000.

›geschlossenen‹ Marktes« beklagt wurde. Dem könne man nur etwas entgegensetzen, wenn man sich nicht auf »kurzfristige Konjunkturschwankungen« verlasse, sondern sich darauf einstelle, »daß eine dauerhafte Vergrößerung des Marktanteils nur allmählich und nur durch eine bewußte Einflußnahme auf die politisch-soziologische Struktur erreicht werden« könne.²⁸ Es erwies sich damit als nicht so leicht (wie bei der CDU), ein Marktmodell der Wählerschaft zu platzieren, da die Vorstellung von der Wählerschaft nach sozialen Aggregaten fest verankert war. Die allgemein verständlichen Metaphern aus der Ökonomie dienten dazu, der SPD die Lage und Prozesse der Wählerschaft verständlicher zu machen. Daneben konnte die Demoskopie von der Reputation der Nationalökonomie als Wissenschaft profitieren.²⁹ In einer weiterhin sozial eingehegten und entlang den Lagervorstellungen verlaufenden Klassifizierung der Wählerschaft eingebettet, war somit der Wandel der determinierten Wählerschaft hin zum Wählermarkt eingeleitet: Der Wähler entschied sich, war die zentrale Botschaft. Und rein theoretisch bildete damit die gesamte Wählerschaft das zu umwerbende Spektrum potentieller Wähler, welches durch sozialwissenschaftlich-demoskopische Untersuchungen wieder eingrenz- und präzisierbar wurde.

Die anfänglich noch weite Spannweite der Begrifflichkeiten für die Wählerschaft deutet auf die Unsicherheit im neuen Umgang mit den Wählern hin: Es gab ›Nicht‹-, ›Wechsel‹- und ›Kern‹-/›Stammwähler‹ sowie ›Unentschlossene‹/›Unentschiedene‹, ›Meinungslose‹, sogenannte ›Randschichten‹, später dann ›Grenzwähler‹, ›Situationswähler‹ etc. Die meisten synonymen Begriffe bezogen sich auf die Wechselwähler, deren immer neue Bezeichnungen durch neue Erklärungsmodelle entdeckt wurden und spezifische Verhaltensphänomene, oder besser: Vorstellungen von politischem Verhalten, kategorisierten. Jede der verwendeten Bezeichnungen implizierte Vorstellungen darüber, wie diese Wähler zu bewerten seien. Die zunächst abwechselnde und ganz unterschiedliche Nutzung durch politische Akteure entsprach der neu entdeckten Volatilität von Wählern und ihren Meinungen: »Auch zwischen den Wahlen ist die politische Meinungsbildung stetig im Fluß. Sprunghafte Veränderungen sind ganz selten. Die Wandlungen im Meinungsbilde verlaufen in breitausschwingenden Rhythmen.«³⁰ Damit war die Flexibilität der Meinungen bei der SPD wieder eingehegt durch die Vorstellung einer Art Pendelschwingung, deren jeweilige Ausschläge aber an einzelnen Ereignissen festgemacht werden könnten.³¹

Erst allmählich bildete sich ein festes Bezeichnungssystem der Wählerschaft heraus, dessen Grundlagen die Wählertypologien und daran gebundenen Theorien zur

²⁸ Zitat 1 und 2: Infas, »Sozialwissenschaftliche Vorarbeiten für die Bundestagswahl von 1961«, AdSD NL Erlr 91; folgende Zitate: Brief an verschiedene Landesverbände Mitte August 1960, AdSD PV 0860.

²⁹ Zum Gebrauch von Metaphern in wissenschaftlichen Erläuterungen vgl. G. LAKOFF/M. JOHNSON, *Metaphors we live by*, 1980; P. SARASIN, *Infizierte Körper*, 2003; S. MAASEN/P. WEINGART, *Metaphors*, 1995; H. E. BÖDEKER (Hrsg.), *Begriffsgeschichte*, 2002; als Beispieluntersuchung P. SARASIN, *Reizbare Maschinen*, 2001.

³⁰ Gleitze, Transkript einer Tonbildfolge auf der Sondertagung vor dem Münchner Parteitag der SPD 1956, S. 1, AdSD 2/PVAJ000382.

³¹ Ebd., S. 2.

Erklärung des Wahlverhaltens sowie der steuernden Bearbeitung der Wählermeinung (explizite wie implizite Kommunikationsmodelle) bildeten. Diese Erklärungen waren nach verschiedenen Typologien ausgerichtet und angepaßt an das unterschiedliche Selbstverständnis der beiden Parteien, doch hatten sie alle eines gemeinsam: Die Typologien beschrieben den »normalen« oder »durchschnittlichen« Wähler (der einen und der anderen Partei), der am Typ der gleichbleibenden Wahlentscheidung ausgerichtet wurde. Dieses Konstrukt eines »normalen« Wahlverhaltens ging aber bereits von einer individuell gefällten Wahlentscheidung durch einen »rationalen Wähler« aus, der über seine Identifikation mit einer Partei idealtypisch bestimmt wurde.³² Grundlage war, daß der Wähler nicht mehr ausschließlich sozialstrukturell definiert wurde, so daß daraus »Idealtypen« der Wählerschaft hervorgingen, die über verschiedene Faktoren bestimmt wurden. Während Infas nur ganz zu Beginn der demoskopischen Tätigkeit einen Hinweis auf den »Idealtyp« als Methode zur Typologisierung gab, wurde sie von Infratest grundsätzlich vorgenommen und auf Wähler angewendet. So wurde von Infratest nach dem »idealen Bundeskanzler« (Politiker) oder der »idealen Politik« gefragt, um die mehrheitsfähigen Durchschnitte erstellen zu können.³³ Der »Stammwähler« als immer gleich wählender Bürger wurde zur orientierenden Regel gemacht. Alle davon abweichenden Wähler stellten diese Sicherheit infrage, doch wuchs ihnen gerade deshalb die größte Aufmerksamkeit zu, zumal jede Wahl dieses Konzept durch fluktuierende Wähler bestätigte und sich so die demoskopische Tätigkeit rechtfertigen ließ. Der »Normalitäts-Diskurs« der Einhegung der durch ihr Wahlverhalten unübersichtlich gewordenen Wählermassen und verunklarten Gesellschaftsbilder diente der Einhegung der Wählerschaft.³⁴ Meinungsforschung bot in dieser Situation der sich auflösenden Vorstellungen von der Wählerschaft die Technik, über eine neue Sicherheit im Sinne eines Wissens über die Wähler. Dies tat sie anhand neuer Kategorien und daraus interpretatorisch abgeleiteten Steuerungsmöglichkeiten. Diese Absicherung, mittels der in der Theorie wegfallenden Determinierung aufgelöste Wählerschaften durch desaggregierte Umfragedaten neu zu fassen und die Masse der Wähler damit versteh- und steuerbar zu machen, stellte die zentrale Dienstleistung der Sozialtechnologie »Meinungsforschung« dar. Die Grundlage der demoskopischen Betrachtung lautete daher wie folgt: »Für das Funktionieren des politischen Systems kommt innerhalb der Wählerschaft den Wechselwählern ein besondere Bedeutung zu. Sie erst

³² Vgl. P. E. CONVERSE, *Concept of a Normal Vote*, 1966.

³³ Vgl. Günter Eck/Christian Sauer alias K. Liepelt/G. Schubert/K.-C. Kaiser, »Neue SPD-Wähler – woher?«, S. 2, AdSD PV 01077; Infratest, »Wählerforschung, Bd. 2: Quantitative und qualitative Bestimmung von Wählerzielgruppen für Wahlkampf und Öffentlichkeitsarbeit«, Dezember 1968, S. 32ff. AdSD PV 02041; für eine politische Anwendung vgl. Willy Brandt über den Idealtyp des grünen Wählers im PV am 23.1.1980, »Die Grünen – Wahlchancen und Wähler«.

³⁴ Zum gesellschaftlichen »Normalitäts-Diskurs« (Normalismus und Normalität) unter literaturwissenschaftlichen Aspekten J. LINK, *Normalismus*, 1999; für eine (nur kurzfristige) Verwendung des Begriffs »Normalgebiete« des Wahlverhaltens in seiner Typologie der verschiedenen politischen Regionen vgl. Infas, »Sozialwissenschaftliche Vorarbeiten für die Bundestagswahl 1961«, 4.3.1960, AdSD NL Erler 91.

ermöglichen ein alternierendes Regierungssystem.«³⁵ Ohne Wechselwähler gab es keine Unsicherheit der Parteien über die Wahlentscheidung der Wähler – sie bildeten die Grundlage des demoskopischen Geschäfts und standen seit den ersten Wahlen der neuen Bundesrepublik im Zentrum der Beobachtung.

Die Auflösung der festen Wählerstrukturen zugunsten einer wachsenden Zahl an Wechselwählern erzeugte zugleich die *neverending story* der Demoskopie: Als Grundannahme fungierte dabei die Erzählung, daß es zwei feste Lager gäbe, die seit langer Zeit und damit quasi-natürlich die Wähler an sich gebunden hätten, die jedoch im Laufe der Zeit aufgrund verschiedener Faktoren an Bindungskraft verlören. Mit Blick auf längerfristige Entwicklungen in den Wahlentscheidungen während des 20. Jahrhunderts läßt sich dennoch insgesamt eine bemerkenswerte Stabilität der zwei Lager feststellen, die nur durch einzelne Ausschläge in die eine oder andere Richtung infrage gestellt wurde.³⁶ Die seit dem Beginn der deutschen Wahlforschung (hauptsächlich auf Grundlage der sich ändernden sozioökonomischen Struktur) diagnostizierte Auflösung der politisierten Sozialstruktur und damit der Gewißheiten der Wählerschaft hat sich demnach allerdings bislang nicht in dem Maße bestätigt, wie dies oft, insbesondere in der Zeit nach Ende des Untersuchungszeitraums mit Bezug auf die ostdeutschen Wähler, postuliert wurde.³⁷

Die Begrifflichkeiten und die Beschäftigung mit der (Wechsel-)Wählerschaft entwickelte sich ab Ende der fünfziger Jahre zwischen universitärer Wahlforschung, die zu einer Disziplin zwischen Politikwissenschaft und Politischer Soziologie wurde und sich vor allem der Erklärung des ungewissen Wahlverhaltens als einem neuen Phänomen widmete³⁸, und der eher privat institutionalisierten Demoskopie, die sich früher als die Politikwissenschaft in den USA geschult und empirisch mit dem Thema auseinandergesetzt hatte. Gemeinsam prägten sie eine diese Phänomene beschreibende (Wissenschafts-)Sprache, auch wenn sich die zwei Bereiche früh ›ideologisch‹ auseinander entwickelt hatten.³⁹ So kennzeichnete der ›Wechselwähler‹ schon bald die Politik in der modernen Gesellschaft der Bundesrepublik: Er stand stellvertretend für ein modernes Verständnis von Politik und Gesellschaft. Die Kategorie des wechselnden Wählers als Zentrum der Beobachtung war dabei von der amerikanischen Wahlforschung und den Bedingungen des amerikanischen Wahlsystems bestimmt. Die in den bundesdeutschen Wahlen feststellbare Tendenz zum Zweiparteiensystem schien diese Annahme zu bestätigen.⁴⁰ Während sich die Poli-

³⁵ M. KAASE, Die Wählerschaft der Parteien bei der Bundestagswahl von 1961, 1965, S. 28.

³⁶ Vgl. Behauptung einer Stabilität des sozialistischen Wählerlagers bei P. LÖSCHE/F. WALTER, Die SPD, 1992, S. 88 f.

³⁷ Vgl. F. BREITTSCHNEIDER/J. v. DETH/E. ROLLER (Hrsg.), Politisierte Sozialstruktur, 2002.

³⁸ Zur Entwicklung der universitären Wahlforschung vgl. Kap. 1.2, S. 55; für Überblick zur Geschichte der Politikwissenschaft W. BLEEK, Geschichte der Politikwissenschaft, 2001.

³⁹ Vgl. diese Entwicklung im ersten und zweiten Kapitel bei C. WEISCHER, Unternehmen ›Empirische Sozialforschung‹, 2004.

⁴⁰ Während sich für die erste Bundestagswahl die Stimmen für CDU und SPD auf gut 60% summierten, steigerte sich die Zustimmung zu beiden Parteien bis 1972 auf 90,7%. Vgl. Wahlergebnisse in G. A. RITTER/M. NIEHUSS, Wahlen in Deutschland, 1991, S. 74 f.; für die zeitgenössischen Annah-

tikwissenschaft auf Fragen des Wahlsystems und der Parteien beschränkte, bot die Meinungsforschung Erklärungen zu den Mechanismen der jeweiligen Zustimmungssicherung der Wechselwähler. Durch die zunächst enge Anlehnung an sozialstatistische Klassifikationen machte sie nicht nur ihre Überlegungen nachvollziehbar, sondern brachte den Parteien damit die gesellschaftlichen Veränderungen nahe. Gleichzeitig trug sie dazu bei, diese Veränderungen mit Hilfe der eigenen Kategorien, zentral der Wählertypologie nach Stamm- und Wechselwähler, zu erfassen. Die Möglichkeit der Entscheidung als individuelle Wahl und nicht (oder nicht nur) als Effekt sozial-konfessioneller Determinierung – der »echten politischen« Entscheidung – und des dadurch möglich gewordenen sich Umentscheidens wurde im demoskopischen Diskurs in den zwei unterschiedlichen Hinsichten des Nichtwählens respektive der Wahlbeteiligung, die zum Beginn der politischen Meinungsforschung als Nachweis der Prognosefähigkeit der Demoskopien gedient hatte, und der Wechselwählerschaft thematisiert.⁴¹

Durch die Kombination verschiedener indirekter (scheinbar unpolitischer) Fragen ließ sich vor allem unentschiedenen Wählern eine Haltung zuweisen, auch wenn sie ihre Meinung nicht explizieren wollten. Damit korrespondierte die Vorstellung, es ließe sich eine »tiefgehende endgültige Haltung« durch gute Befragung herauspräparieren, die jedoch vielmehr auf die aus der Psychoanalyse der Motivforschung stammende These der unbewußten Konsumwünsche rekurrierte.⁴² Dies beschrieb den allgemeinen Erklärungsansatz, durch indirekte Fragen und ihre Korrelation die »wahren« Einstellungen herauszufinden, die Wechselwähler darüber festzulegen und damit Ansätze der Beeinflussung aufzuzeigen. Dabei war es egal, ob die Befragten ihre Wahlabsicht nicht äußern wollten oder konnten – in jedem Fall mißtrauten die Institute den Befragten. Es wirkte sich auf die Vorgehensweise in der Fragestellung aus und wurde davon bestimmt, was die jeweiligen Institute glaubten, warum (inwiefern und worauf genau bezogen) die Interviewten ihre Haltung »verheimlichten«. Doch zunächst gab es kaum entsprechende Untersuchungen und Deutungsangebote zur Bestimmung der Wechselwählerschaft.

Bei der CDU wurden die Wechselwähler seit dem Beginn der fünfziger Jahre als »Meinungslose« etikettiert und routinemäßig im Rahmen der allgemeinen Umfragen in ihren Entwicklungen genau nachgezeichnet. Nach Berufsgruppen aufgeschlüsselt, wurden sie nach der jeweiligen Anzahl und ihrem zahlenmäßigen Anteil in der Gesellschaft betrachtet.⁴³ Neutral gebraucht, verhielt der Begriff eine Chance, den in der Mehrheit als apolitisch oder nicht (ausreichend für eine eigene

men vgl. z.B. Schelsky, »Soziologische Gedanken zur Wahlprognose«, NL Stackelberg, Mappe Zu 5–43.

⁴¹ Hans Bachem (CDU-Mitarbeiter), »Wählerstruktur der Parteien«, o.D. [1964], ACDP VII-004 BGSt, Abt. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet); vgl. für Wahlbeteiligungsprognose Kap. 1.1, S. 41.

⁴² Gleitze, Beitrag in der Sitzung des WPA am 31.1.1958, AdSD 2/PVAJ000305, S. 11.

⁴³ BGSt, »Zur Resonanz der Parteien. II. Soziologische Analyse der Wählerschaft nach Meinungsumfragen/Januar 1954 bis Februar 1957«, März 1957, ACDP VII-004–149/1.

Meinung) gebildet vorgestellten Wähler zu überzeugen und zur politischen Reife zu führen, worunter die Zustimmung zur Regierungspolitik verstanden wurde. Erst in den sechziger Jahren, als Wähler die CDU verließen, wurden Begriffe wie ›labil‹ und ›mobil‹ verwendet, was zumindest für die Bezeichnung ›labil‹ als Ausdruck der Enttäuschung verstanden werden kann. Auch steuerte Werner Kaltefleiter mit dem SFK eine weitere Definition von Wechselwählern bei. Er brachte der CDU im Vorfeld der Wahl 1972 bei, daß Wechselwähler von »Grenzwählern« zu unterscheiden seien, da sie unterschiedlich motiviert beziehungsweise politisch/unpolitisch seien:

»Wechselwähler sind nach allen Erfahrungen, [...] nicht etwa, wie es lange Jahre hieß, die völlig unpolitischen, die völlig uninteressierten Wähler, die dieses Mal hierhin und das nächste Mal dorthin schwappen, sondern Wechselwähler sind, [...] eher politisch interessierte Wähler, es sind eher kritische Wähler, es sind eher Zeitungsleser, es sind eher Fernsehzuschauer.«⁴⁴

Die Grenzwähler waren demgegenüber eher als politisch uninteressierte Wähler zu kennzeichnen, die aber typologisch als bedingte CDU-Wähler galten. Keinesfalls wurden diese Bezeichnungen im übrigen in der Kommunikation nach außen verwendet, weder bei der CDU noch der SPD; vielmehr dienten sie der internen Herausbildung einer Kohärenz zur Abgrenzung und Verortung innerhalb der durch Daten beschriebenen Gesellschaft.

In der SPD erreichte die kognitive Dissonanz zwischen Weltbild und erfahrenen Niederlagen erst ab Mitte der fünfziger Jahre ein Ausmaß, das sie zwang, die ziemlich manifesten Zahlenverhältnisse der Wahlen als Realität zu akzeptieren. Die neuen Erkenntnisse der Demoskopie waren nicht mehr in das eigene Koordinatensystem der Wahrnehmung und Deutung zu integrieren, so daß sich das Deutungssystem seinerseits anpassen mußte. Die SPD glaubte dabei den Angaben der Demoskopie, weil sie in den drei Sozialforschern Vertraute und Verbündete gefunden hatte. Das Vertrauen in die handelnden Personen stellte damit die Vorbedingung zum Vertrauen auf die Daten und Interpretationen dar. Dementsprechend wurde akzeptiert, wenn die drei behaupteten:

»Diese Beobachtungen [der Zunahme der Wechselwähler, A. K.] deuten offenbar auf eine allgemeine Tendenz in der deutschen Nachkriegsgesellschaft: Die traditionellen politischen Fronten beginnen sich aufzulösen und machen mehr pragmatisch bestimmten Verhaltensweisen Platz – ein Vorgang, der auf das engste mit der Expansion der sozialen und wirtschaftlichen Mittelschicht verbunden zu sein scheint.«⁴⁵

Dennoch hatte die SPD ihre Mühe mit der Anerkennung von Wechselwählern als potentiellen SPD-Wählern, geschweige denn einer Differenzierung dieser Gruppe. Aus Ermangelung etablierter Begriffe wurden die Wähler so bezeichnet, wie sie von

⁴⁴ Konrad Kraske, der sich durchgehend auf die Studien des SFK bezog, am 21. 8. 1972 im Bundesvorstand, S. 4, ACDP BuVo-Protokolle 1972; dazu dort auch Brief Rüdiger Göb am 24. 8. 1972 an alle Funktionäre der CDU bis auf Kreisebene.

⁴⁵ Günter Eck/Christian Sauer alias K. Liepelt/G. Schubert/K.-C. Kaiser, »Neue SPD-Wähler – woher?« [1955], S. 3, AdSD PV 01077.

den politischen Akteuren und den demoskopischen Beobachtern wohl empfunden wurden: ›weiche‹ versus ›harte‹ und ›labile‹ versus ›loyale‹ Wähler waren die zunächst favorisierten Bezeichnungen der Wechselwählerschaft, wenn sich demoskopische Erläuterungen zur politischen Lage fanden.

Bei der SPD schimmerte hier das sozialistische Weltbild durch, das die Wählerschaft klar in zwei Blöcke gliederte und das die Arbeiterschaft auf ihrer Seite wähte; die Entsprechung findet sich in der Bezeichnung als ›loyale Wähler‹. Die Adjektive ›weich‹ sowie ›labil‹ deuten demgegenüber auf eine starke Beeinflußbarkeit der Wähler und auf eine damit konnotierte spezifische psychische Kondition hin. Die loyalen Wähler standen dabei zu der einmal gewählten Partei und ließen sich davon durch keine Versprechungen abbringen oder manipulieren – im Gegensatz zu den leicht zu überzeugenden Wählern, die aufgrund ihres Verhaltens eindeutig abgewertet wurden. Damit wurden Stammwähler und damit die Partei selbst positiv konnotiert, die ›illoyalen‹ Wähler negativ gedeutet. In den Bezeichnungen verbarg sich somit nicht nur eine Vorstellung davon, wie Meinungsbildung zu einer Wahlentscheidung ablief und wie die Positionierung der Wähler im politischen Raum zustande kam. Mit ihnen verbanden sich auch Vorstellungen fester Regeln des politischen Verhaltens, die anscheinend immer weniger Gültigkeit besaßen, wenn die Wähler nicht mehr das wählten, was sie nach dem Weltbild der SPD wählen sollten.

Der »achselszuckend« der politischen Entscheidung gegenüberstehende Wähler wurde trotz seiner »Verwirrung« als entscheidende Marge einer Wahl ausgemacht. Diese Menge war zwar »unentschieden«, wurde jedoch genauso gut als im eigenen Sinne beeinflußbar betrachtet.⁴⁶ Begrifflich deutlicher waren schon ebenfalls seit Mitte der fünfziger Jahre in Gebrauch befindliche Beschreibungen als »Unpolitische«, »Indifferente« oder als »politisch undurchsichtig«.⁴⁷ Die Feststellung, daß Wahlentscheidungen nach pragmatischen Gesichtspunkten gefällt würden, ging auf die Erkenntnis zurück, daß die eigene wirtschaftliche Situation ein existentielles Thema der Wählerschaft war. Diese demoskopische Feststellung wurde zusammengefaßt in den drei Sätzen: »1. Wie verbessere ich meinen wirtschaftlichen Erfolg? 2. Wie erhalte ich das Erreichte und 3. Wer hilft mir dabei, und zwar zuverlässig und gleichzeitig mit dem geringsten Risiko?«⁴⁸ Diese Feststellung verleitete die SPD zu der Annahme, daß diese Wähler grundsätzlich unpolitisch und zudem in der Zahl im Wachsen begriffen seien:

»Positive und negative Vorurteile, Sympathien und Antipathien mit z. T. völlig apolitischem Akzent sind in der jetzigen Situation bei der Wahlentscheidung der sogenannten weichen Wähler, die unter Umständen den Ausschlag für die Wahl geben können, entscheidender als politische Faktoren. So bedauerlich diese Tatsache an sich ist, so veranlaßt sie doch zwingend in unserer Propaganda neben der aktuellen sachbezogenen Propaganda, v. a. zwischen

⁴⁶ Zitate: Gleitze, Transkript (Sondertagung 1956), S. 3f., AdsD 2/PVAJ000382.

⁴⁷ Zitat 1: »Befunde. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung der SPD 1/30. 6. 1960«, S. 8, AdsD NL Anders 3; Zitat 2: Klaus Schütz, »Überblick über Wahlkampf und Wahlergebnis der Berliner Wahlen am 7. 12. 1958«, AdsD PV 01210 B.

⁴⁸ Gleitze, Transkript (Sondertagung 1956), S. 6, AdsD 2/PVAJ000382.

den Wahlen, eine umfangreiche, wissenschaftlich exakt abgesicherte Sympathiewerbung zur Schaffung eines festen good-will für die SPD durchzuführen.«⁴⁹

Die Demoskopie rückte dabei die steigende Konsumorientierung ins Zentrum der Beobachtung. Sie wurde als Folge des Wirtschaftswunders gedeutet, indem nun quer durch alle Schichten das Begehren entstand, am Wohlstand teilzuhaben. Die SPD konnte nicht begreifen, daß ein solches egoistisches Wahlverhalten existierte, da Egoismus keine Kategorie des Politischen für sie war. Politisches Verhalten oder Politik überhaupt verwiesen für die SPD immer über die Person hinaus und waren auf ein über die Sache des Einzelnen gerichtetes Ziel orientiert. Damit zeigte sich hier eine Grenze des Sagbaren in der SPD auf, da das Wahlverhalten nach pragmatischen und egoistischen Gesichtspunkten in ihrer Sicht nicht als legitimes politisches Verhalten anerkannt, sondern nur als unpolitische Haltung oder Ablehnung von Politik gedeutet werden konnte, obwohl die Meinungsforscher der SPD eine weitgehend neutrale Definition mit einem sich an eher rationalen Maßstäben orientierenden Wähler anboten:

»Der ›weiche‹ Wähler ist vorwiegend pragmatisch. Er entscheidet sich weitgehend nach Gesichtspunkten der Zweckmäßigkeit. Er empfindet keine Loyalität zu einer bestimmten Partei und wird sich jeweils der Partei zuwenden, bei der er seine Interessen am besten berücksichtigt glaubt. Er ist das sich wandelnde Element der öffentlichen Meinung.«⁵⁰

Aus der Analyse einer zugeschriebenen unpolitischen Haltung heraus wurde gemäß den Erkenntnissen aus Marktforschung und kommerzieller Werbung und entsprechend der Vorstellungswelt der politischen Akteure geschlußfolgert, daß man diese Personen, die weiterhin als Konsumenten bezeichnet wurden, auch nur unpolitisch ansprechen könne: »Wenn wir wissen, in welchem Bereich sich heute der moderne Konsument am stärksten ansprechen läßt, wo er sich u. U. zu engagieren bereit ist, kann man daran gehen, dies näher zu untersuchen, mit welchen Einzelargumenten man dabei vorzugehen hat.«⁵¹ Gleichzeitig setzte sich mit der Ansprache dieser Wählerschaft eine Sprache durch, die sich an der aufkommenden Wahlforschung orientierte und (in den meisten Fällen) die wertfreie Bezeichnung »Wechselwähler« übernahm, nachdem sie zuvor auch »wandernde Wähler« benutzt hatte.⁵² Die allgemein negative Konnotation von Wechselwählern als ›unpolitisch‹ (SPD) oder

⁴⁹ Empfehlung des WPA an den PV, 11. II. 1958, AdsD PV 0593.

⁵⁰ W. Hartenstein/G. Schubert/K. Liepelt, Befunde der öffentlichen Meinung, Erläuterte Ergebnisse von Repräsentativerhebungen bis Herbst 1956. Zusammenstellung von Trends und Meinungsquerschnitten, nach Themenkreisen geordnet, erarbeitet und gesichtet im Auftrag des Vorstandes der SPD, o. O. [Bonn] o. D. [1956], S. 21 (Ms., Bibliothek der FES). Diese Definition stammte aus dem ersten Memorandum 1955, das noch den Zusatz beinhaltete: »Er bestimmt wesentlich den Ausgang einer Wahl.« Diese Aussage ging wohl über das Fassungsvermögen der SPD 1956 hinaus, da sie ausgelassen wurde. Günter Eck/Christian Sauer alias K. Liepelt/G. Schubert/K.-C. Kaiser, »Neue SPD-Wähler – woher?«, AdsD PV 01077.

⁵¹ Infas, »Befunde. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung der SPD 1/30. 6. 1960«, S. 10, AdsD NL Anders 3.

⁵² So bei W. HIRSCH-WEBER/K. SCHÜTZ, Wähler und Gewählte, 1957, S. 402.

›ungebildet‹ (CDU) setzte sich auch als Bezeichnung eines Effektes um, der das spezifisch ungewisse Verhalten von Wechselwählern weiter präzisieren sollte: den sogenannten Mitläufereffekt. Damit wurde eine Kategorie aus der Entnazifizierung der deutschen Bevölkerung aufgegriffen, mit dem sich negative Konnotationen freiwilliger Unterordnung verbunden. Der Effekt beschrieb eigentlich die Ergebnisdifferenz in den Nachwahluntersuchungen. Diese ergaben regelmäßig, daß mehr Leute angaben, die siegreiche Partei gewählt zu haben, als sie es im Vergleich zur Wahl tatsächlich getan hatten. Der Effekt wurde durch die Namensgebung mit bestimmten Annahmen zur Meinungsbildung aufgeladen: »Es besteht nämlich bei unentschiedenen Wählern ein gewisser Zusammenhang zwischen der Wahlentscheidung und dem Wunsch, auf der erfolgreichen Seite zu stehen. Viele Indifferente wählen dann so, wie sie vermuten, daß es die große Mehrheit der Mitbürger tut.«⁵³ Dieser Effekt verband sich demnach auch mit einer antizipierten Haltung der Wechselwähler, die keine ›eigene Meinung‹ besäßen oder sich lieber der als führend geltenden (oder der dafür gehaltenen) Meinung anschlossen. Somit galten die unpolitischen Wechselwähler in einer bestimmten Lesart in allen Parteien als leicht beeinflussbar und erfuhren über ihre Konzeptionierung wie begriffliche Fassung eine spezifische Abwertung, wie schon die deutsche Übersetzung des »Bandwagon-Effektes« andeutet.⁵⁴

Von dieser Annahme ausgehend entstand eine wichtige demoskopische Regel, gefaßt in die Differenz zwischen der Sonntagsfrage und der (je nach Institut anders ausfallenden) Frage: »Was glauben sie, wer die Wahl gewinnen wird?« oder: »Welche Partei hat die größte Chance, die Wahl zu gewinnen?«. So sollten die Wahlchancen einer Partei mit Hilfe der Differenz zwischen den beiden Angaben bestimmt werden. Diese Frage führte den Parteien vor, daß die für führend gehaltene Meinung nicht der tatsächlichen demoskopischen Situation entsprechen mußte, so daß jeder politische Akteur erkennen mußte, daß auch er sich potentiell aufgrund seiner eigenen Standortgebundenheit in der Beobachtung der öffentlichen Meinung nicht sicher sein könne. Hier bot die Demoskopie den Ausweg durch ihre Beobachtung zur Entstehung von Mehrheiten: Nur wer den Wählern glauben machen könne, zu gewinnen, gewinne tatsächlich. Der dargestellte Glaube an den Sieg sorgte für die Motivation, den Glauben an die Chancen einer Partei zu erhöhen, so daß der Mitläufereffekt als psychologischer Unterstützungseffekt, zum Sieger gehören zu wollen, auch im vorhinein konstatiert werden könne.

Von diesbezüglichen Befunden motiviert, wurde beispielsweise der Wahlkampf der SPD 1969 konzipiert, indem einzelne Daten selber oder die durch Daten bestätigenden Aspekte herausgestellt wurden: Infratest empfahl der SPD, die Wahl des Bundespräsidenten als ein Signal zur Wende zugunsten einer neuen Machtkonstel-

⁵³ Infas, »Ein Jahr vor der Wahl. Stimmungen und Chancen«, S. 2, PV-Protokoll Jan. 1961. Für weitere theoretische Überlegungen zu dem Effekt vgl. G. SCHMIDTCHEN, Die befragte Nation, 1965, S. 283 ff.

⁵⁴ Geprägt wurde er durch Elisabeth Noelle-Neumann: »Probewahl am Küchentisch. Gespräch mit E. Noelle-Neumann«, Der Spiegel Nr. 34 vom 21. 8. 1957, S. 18.

lation unter Führung der SPD zu sehen und einen gemeinsamen Kandidaten mit den Liberalen zu haben, um so den Machtwechsel symbolisch vorzuführen.⁵⁵ Und auch der taktische Einsatz des Kopf-an-Kopf-Rennens stellte damit eine Variante des Versuches der Meinungsbearbeitung dar. Die Differenz zwischen der gemessenen Meinung und der gemessenen geglaubten Mehrheitsmeinung hob das Mißverhältnis zur ›Realität‹ insofern auf, als daß die imaginierte Realität der einzelnen Beobachter als die mächtigere anerkannt wurde.

Diese Unterscheidung zwischen der eigenen Meinung und der Einschätzung der Meinung aller anderen brachte für das Kategoriensystem der Meinungsforschung in Bezug auf die Überzeugung der Wechselwähler enorme Verschiebungen. Es wurde nun nicht mehr auf die direkt gemessene Meinung geachtet, die als Klima dargestellt wurde, sondern auf das, was die Befragten für das Klima hielten. Damit wurde auf die demoskopische Erfassung der häufig sogenannten ›alten‹ öffentlichen Meinung gezielt, um diese der demoskopischen Bearbeitung wiederum zugänglich zu machen. Diese Art der Beobachtung und Bearbeitung gewann insbesondere für den demoskopischen Diskurs der CDU im Rahmen der Deutungen der Meinungsbildungsprozesse in den Wahlkämpfen von 1972 und 1976 an Bedeutung. Im Kontrast zu den soziologisch-politikwissenschaftlich argumentierenden Befunden des SFK rückte bei Elisabeth Noelle-Neumann, abgeleitet aus ihren Überlegungen zur sozialen Kontrolle, die Eigenschaft der Wähler, im Sinne einer Anpassung an die Mehrheitsmeinung leicht beeinflussbar zu sein, in den Vordergrund.⁵⁶ Wähler und insbesondere Wechselwähler wurden als zu ängstlich und unfähig gedeutet, sich dem Strom der Mehrheitsmeinung entgegenzustellen. Demnach benötigten sie eine deutliche Führung, die ihnen den Mut gab, ›ihre‹ Meinung zu sagen. Die Mehrheit wurde per se als aggressiv konnotiert. Damit wurde bereits vor einer Wahl der Mitläufer-effekt ausgelöst. Mit dem Ausbau dieser Überlegungen zur ›schweigenden Mehrheit‹ entwickelte sie also ein Programm, das es dieser Mehrheit ermöglichte, die imaginierte Realität wieder zu dominieren.⁵⁷ Diese für die Bundestagswahl 1972 her-vorgebrachte Deutung des Wahlverhaltens wurde 1976 als »doppeltes Meinungsklima« auf die Massenmedien ausgeweitet, wobei Noelle-Neumann eigentlich nur in Bezug auf die unterschiedlichen Einschätzungen der Journalisten zur öffentlichen Meinung und des allgemeinen Samples von dieser Doppelung sprach. Damit wurde der ›alten‹ öffentlichen Meinung nicht nur ein immenser Einfluß auf die Meinungs-

⁵⁵ Vgl. (retrospektive) Aktennotiz vom 25. 11. 1970, AdSD NL Bauer 7; vgl. für diese Argumentation auch das Papier der Bundestagsfraktion zur Wahl, Februar 1969, Punkt 1, AdSD 2/PVAR0000066; vgl. auch für die Symbolik der Wahl K. SCHÖNHOFEN, *Wendejahre*, 2004, S. 431–451.

⁵⁶ Vgl. ihre in den sechziger Jahren entwickelte Überlegung zur notwendigen Eingliederung von Menschen in eine Gemeinschaft: E. NOELLE-NEUMANN, *Öffentliche Meinung und soziale Kontrolle*, 1966.

⁵⁷ Zur Aufnahme und Verarbeitung in der CDU vgl. Kap. 2.4.b und A. KRÜKE, *Kampf um die Deutungshoheit*, 2004; E. NOELLE-NEUMANN/F. TENNSTÄDT, *Wahlrends in Deutschland*, 1973; E. NOELLE-NEUMANN, *Doppeltes Meinungsklima*, 1977; dies., *Öffentlichkeit als Bedrohung*, 1979; dies., *Die Schweigespirale*, 1980.

bildung zugeschrieben, sondern dieser explizit auf Medien bezogen, so dass ihnen dadurch eine große Macht zugeschrieben wurde.⁵⁸

Die Demoskopien waren mit Hilfe dieser Regeln zur Erklärung des Wahlverhaltens und der Meinungsbildung bestrebt, die Unsicherheit in der Prognostik der Verhaltensweisen des »wählerischen« Teils der Bevölkerung zu reduzieren. Im Laufe der Jahre entstanden eine ganze Reihe solcher plakativer Regeln wie der Mitläufereffekt oder sein Gegenteil, der »Underdog-Effekt«. Sie reduzierten allerdings statt einer Erklärung des Wahlverhaltens dessen Komplexität so stark, daß sie sich selber ad absurdum führten. Entweder simplifizierten sich die Regeln so stark, daß sie schon bald hinfällig wurden, oder sie schienen sich in ihren Behauptungen zur Wirksamkeit auf das Wählerverhalten gegenseitig aufzuheben. So standen sich Mitläufer- und Underdog-Effekt genauso gegenüber wie die Feststellung, Wahlen würden lange vor der Wahl entschieden, mit der Erklärung des »last swing« bei einem unvorhergesehenen Wahlausgang kollidierte. Erstere Erklärung diente dazu, die Parteien von einer Dauerbeobachtung zu überzeugen, die am Tag nach der letzten Wahl beginne.⁵⁹ Letztere wurde für die Fehlprognosen der Meinungsforschungsinstitute 1965 und 1969 eingesetzt.⁶⁰ Dennoch blieben die meisten einmal aufgestellten Regeln bestehen, da sie Orientierungsmaßstäbe an die Hand gaben und Erklärungen für Befunde aller Art in der Politik boten. Andere Effekte erreichten diesen Status nicht, da sie nur auf einzelne Sachverhalte zugeschnitten waren, zum Beispiel der »Schiller-Wähler« als eine etwas andere Bezeichnung für Wechselwähler aus der Mittelschicht, die typologisch eigentlich CDU hätten wählen müssen.⁶¹ Die verschiedenen Effekte nahmen mit der Zeit in ihrer Anzahl zu und wuchsen zu einem komplexen Geflecht unterschiedlichster Bedingungen und Zusammenhänge an, so daß die Institute diese Komplexität regelmäßig reduzierten, um die Bedingungen der Wahlentscheidungen und die Handlungsoptionen der Parteien eindeutig darstellen zu können. Die Parteien waren an der Feststellung oder Überprüfung der Effekte weniger interessiert als an der Möglichkeit, die dahinterliegenden Mechanismen für eine noch so kleine Zustimmungsgewinnung auszunutzen. Im Sinne einer Stimmenmaximierung zur Sicherung von Macht war diese Herangehensweise unverzichtbar.⁶²

Während es bei den Effekten um den Nachvollzug des Wahlverhaltens ging, sollte eine exaktere Beobachtung und Definition der Wechselwähler die Motivationen des

⁵⁸ Vgl. E. NOELLE-NEUMANN, *Doppeltes Meinungsklima*, 1977; vgl. auch bereits E. NOELLE-NEUMANN, *Fernsehen als Stachel der Gesellschaft?*, 1970; E. NOELLE-NEUMANN, *Return to powerful Mass Media*, 1973; E. NOELLE-NEUMANN, *Die Schweigespirale*, 1974; E. NOELLE-NEUMANN, *Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie* (1980), 1980; vgl. für die Rolle der Medien in der Demoskopie und deren demoskopische Bearbeitung insbes. Kap. 5.3,b und 5.4.

⁵⁹ Vgl. für die CDU Heck im BuVo am 3.6.1955 zu *Organisationsaufgaben der CDU*, G. BUCHSTAB, *Protokolle 1953–1957*, 1990, S. 557–567; für die SPD: *Propagandaschwerpunkte 1960*, *AdsD PV* 0729.

⁶⁰ Vgl. weitere Ausführungen zu 1965 in Kap. 5.2.b.

⁶¹ Vgl. für die spezifische Verbindung von Themen und Personen das Kap. 4.2.d, insbes. S. 412 f.

⁶² Vgl. auch G. SCHMIDTCHEN, *Die befragte Nation*, 1965, S. 340–354.

Wahlentscheids und seine Umweltbedingungen durchleuchten. Wurde zunächst bei beiden Parteien wie selbstverständlich von der Vorstellung eines Wechselwählers als nicht politisch interessierter Person ausgegangen, änderte sich dies in den sechziger Jahren. Zuerst stellte das IfD mit einer Veröffentlichung zur Auswertung der Bundestagswahl 1961 diese Vorstellung auf den Kopf, indem es den Wechselwähler zum abwägenden rationalen Wähler erklärte und so die bisherige Deutung als selbstverständliche Annahme des Politischen dechiffrierte.⁶³ Infratest definierte schließlich Wechselwähler neutral als »Personen, die zur Zeit eine starke, mittlere oder geringe Bindung an eine Partei bekunden, bei der Bundestagswahl 1965 jedoch andere Parteien gewählt haben.«⁶⁴ Die Überlegungen zu einer unpolitischen Werbung, abgeleitet aus den demoskopischen Befunden des fehlenden Interesses für Politik, fanden dann spätestens im Vorfeld der Überlegungen zur Wahl 1969 ein Ende, resultierend aus der allgemeinen Politisierung und gleichzeitig mit dem Höhepunkt der Studentenbewegung. Zuvor war insbesondere an den sozialdemokratischen Wahlkämpfen 1961 und 1965 Kritik an der unpolitischen Werbung laut geworden. Die SPD hatte parallel zu ihrer unpolitischen Werbung mit dem Programm der Demokratisierung geworben, die nun in Form von Partizipationsforderungen und Forderungen nach einer stärker politischen Darstellung auf sie zurückfielen. Meinungsbildungsprozesse wurden nun grundsätzlich unter dem Aspekt der Politisierung und einer darauf bezogenen Lernfähigkeit der Bevölkerung betrachtet: Politisierung wurde damit für die SPD zu einem Ziel und stellte eine Variante der »demokratischen Reife«-Vorstellung bei der CDU dar. Die demoskopischen Untersuchungen zeigten an, daß »die SPD am stärksten von einer Politisierung des öffentlichen wie des privaten Gesprächs profitiert[e]«, so daß dies in die Andeutung einer neuen Verhaltensregel für zuvor unpolitische Wechselwähler gegossen wurde.⁶⁵ Was sich dabei in der Vorstellung des »Politischen« änderte, ist jedoch nicht so leicht zu sagen; es handelte sich in den Beschreibungen im allgemeinen um eine neue gesellschaftliche Verortung der eigenen Person in einer als politisch bewerteten Gesellschaftsstruktur.

Ergebnisse der Veränderung waren für die SPD als Mitgliederzuwachs und als Möglichkeit, neue Wähler zu gewinnen, spürbar. Diese wurden daher auch weiter ausdifferenziert. Zum ersten Mal tauchte für die SPD aber auch eine explizit mögliche Wechselwählerschaft aus den eigenen Reihen auf, die »potentiellen Abwanderer«, deren Schreckgespenst 1968 Diskussionen über den eingeschlagenen Weg zur Gewinnung von Wechselwählern, vor allem bisherigen CDU-Wählern, auslöste.⁶⁶ Darüber hinaus wurde die Palette spezifischen Wählerverhaltens erweitert,

⁶³ Vgl. E. NOELLE-NEUMANN/G. SCHMIDTCHEN, Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen, 1963.

⁶⁴ Infratest, »Wählerforschung, Bd. 7: Wahlkampf-Barometer A«, Februar 1969, S. 10, Unternehmensarchiv Infratest.

⁶⁵ Ebd., S. 5.; vgl. auch Unholzer (Infratest) an Bauer am 8. 8. 1969, AdsD NL Bauer 7.

⁶⁶ Vgl. Infratest, »Wählerforschung Bd. 4: Zur Psychologie des Wählers. 11 Intensiv-Interviews mit Wählern verschiedener Zielgruppen«, AdsD PV 02042.

indem Nichtwähler als politisch bewußte Wähler entdeckt und die Vorstellung des »Protestwählers« im Angesicht der wachsenden Stimmen der NPD geboren wurde.⁶⁷ In der sozial-liberalen Koalition kam mit ähnlichen Bewertungen die »Leihstimme« als Ausdruck der Befürwortung einer Koalition hinzu, die einer kleineren Partei vorübergehend eine Stimme gibt.⁶⁸ Durch den gleichmäßig verteilten Blick auf die festen oder auch nicht so festen Wähler der eigenen Partei wurde somit die Wählerschaft als Wählermarkt vollständig ökonomisiert und durchgestuft nach Graden der Unsicherheit, mit dem Wahlentscheidungen getroffen wurden. So wurden die Wähler, die irgendeine Aussage auf die folgenden Fragen zur Wahlabsicht trafen, unter »durch Wahlverhalten definierte Gruppen« subsumiert: »Angenommen, morgen wäre wieder Bundestagswahl. Welche Partei würden Sie dann wählen?« Bei positiver Antwort folgte die Frage: »Würden Sie von sich sagen, daß sie ein überzeugter Anhänger der ... sind, oder neigen Sie dieser Partei nur zu, weil sie Ihrer Meinung nach bei der gegenwärtigen Lage am besten geeignet ist?« Bei negativer Antwort auf die erste Frage folgte: »Was meinen Sie denn, welcher Partei würden Sie noch am ehesten Ihre Stimme geben?« Nach diesen drei Stufen wurde zwischen starker, mittlerer und schwacher Bindung unterschieden; der Rest wurde als Nichtwähler, Unentschiedener oder als nicht identifizierbar klassifiziert und fiel aus diesem Schema heraus.⁶⁹ Die Wahlentscheidung wurde als volatile Entscheidung aller Wähler und damit auch ihre prinzipielle Kontingenz anerkannt. Wahlverhalten wurde mit der Definition der »Parteibindung« von einer sozialen Zugehörigkeit allmählich auf ein ganzes Ensemble verschiedener Variablen verschoben, die unterschiedlich stark gewichtet wurden und durch Verknüpfungen stärker oder schwächer ausfallen konnten: Das entsprechende Konzept der neuen Bindung wurde als »Partei-Identifikation« gefaßt. Die Grundbedingung dieser Verschiebung zur individuellen Zuschreibung an eine Partei als »Partei-Identifikation« und neuer Werte-Grundorientierung bestand darin, daß sich die »Parteienbindung« als eine außerindividuelle Determination der Wahlentscheidung zurückentwickelte.⁷⁰ Das methodische Instrumentarium bot die Faktorenanalyse, die in der CDU und SPD sicherlich nicht zufällig zu unterschiedlichen Zeiten entdeckt wurde, nämlich zu Zeiten, als sicher geglaubte Wähler sich von ihnen zu entfernen begannen. Durch diese Methode wurden die Variabilität der Korrelationen erhöht und noch feinere Bestimmungen der Wechselwähler möglich. Damit schrumpften die Berechnungen, welche Gruppe der Wechselwähler die Wahl entschied, auf winzige Prozentpunkte zusammen.

⁶⁷ Vgl. z. B. Klaus Liepelt/Volker Hauff zur Landtagswahl in Baden-Württemberg 1968, AdsD, WBA, Wahlen 3.

⁶⁸ Zur »Leihstimme« vgl. Infas: »Wahlen 73. Parteien zwischen Stabilität und Fluktuation«, Herbst 1971 (unter »Bestandsaufnahme 70/1«), AdsD 1/AMAD000222.

⁶⁹ Beispiel aus: Trend, [Infratest], »Untersuchungsprogramm«, Punkt B 1, Vorlage zum Präsidium am 6. 6. 1968, S. 8 f., AdsD Dep. Schmidt 5191.

⁷⁰ Vgl. als Grundlage des Konzepts: A. CAMPBELL u. a., *The voter decides*, 1954; W. ZOHLNHÖFER, *Parteiidentifizierung*, 1965; M. KAASE, *Determinanten des Wahlverhaltens*, 1970; M. BERGER, *Parteien-Identifikation*, 1973, als neueren Beitrag vgl. R. J. DALTON/R. ROHRSCHEIDER, *Wählerwandel*, 1990.

Die gesamte Wählerschaft wurde in ihrem Verhalten einer demoskopischen Beobachtung unterzogen, immer mit dem Ziel der Stimmenmaximierung vor Augen. Aufbauend auf dem Modell des Wählermarktes mit den zwei Größen ›Stamm- und ›Wechselwähler‹, auf dem sich ein Wähler für eine Partei entscheidet, konzentrierte sich der Blick auf das Konstrukt des wechselnden Wählers. Durch genaue Beschreibung sollte er eingeehtet und damit steuerbar gemacht werden. Mit der Interpretation als unpolitischer Wähler verbanden sich bestimmte Vorstellungen von dieser Wählerschaft und ihrem Verhalten.

b) Beobachtungen einzelner Zielgruppen

Mit der Erstellung von Zielgruppen erreichte die Kategorienbildung in der Wählerbeobachtung ihren Höhepunkt, der sich auch als entscheidender Wendepunkt für die Etablierung der Demoskopie als Grundlage politischer Kommunikation erwies. Der Wandel von der festen Vorstellung der Wähler in den alten parteilichen Unterscheidungen Elite/Masse und Arbeiter/Bürgertum, die sich in der jungen Republik als Reminiszenzen der alten Milieus noch einige Jahre erhielt, wurde eine spezifische Aufgliederung und Bedeutungsaufladung von demoskopisch festgelegten Wählergruppen erzielt. Diese demoskopischen Aggregate, die eine Affinität zu einer Partei aufwiesen, diese aber noch nicht wählten, wurden zu ›Zielgruppen‹ erklärt. Diese spezifischen Gruppen hoben sich aus dem Meer der anderen Wählergruppen dadurch ab, daß sie aus bestimmten Gründen als besonders gut ansprechbar galten. Die begriffliche Prägung der ›Zielgruppen‹ sollte das präzisieren und umsetzen helfen, was die Meinungsforschung als Technologie den Parteien zur Verfügung stellen wollte: ein genaues Wissen über die Wählerschaft, aus deren Differenzierung heraus Gruppen zur besonderen Ansprache identifiziert werden konnten. Damit war sie ›Hilfsausdruck‹ für besondere Wechselwähler. Zunächst auf sozialstatistischen Angaben fußend, aber dann darüber hinausgehend nach weiteren Variablen aktueller Umfragen berechnet, erlaubte die Differenzierung eine vorgeblich genauer gezielte und damit erfolgssichere Ansprache der Personen. Die ›Zielgruppen‹ bildeten damit die Fluidität der immer neuen Wählergruppen ab, deren Wechselmöglichkeit betont und dadurch auch wünschbar wurde. Die immer detailreichere Berechnung von Zielgruppen ließ dabei deutlich werden, daß diese Kategorien kontingente und nur temporär existente Setzungen aus der demoskopischen Beobachtung heraus waren. Im Folgenden geht es um die exemplarische Entwicklung verschiedener Zielgruppen, wie sie seit dem Beginn der Meinungsforschung erdacht und verändert wurden und damit die Vorstellungen von Wählerschaft auch in der Öffentlichkeit prägten.

Von der Arbeiterschaft zur neuen Mittelschicht

Den Ausgangspunkt dieser Betrachtung bildet die SPD, da sich an ihr als ›Partei der Arbeiterschaft‹ der demoskopische Diskurs um ›Zielgruppen‹, ihre Definition und Ansprache besonders gut darstellen läßt. Arbeiter bildeten die wichtigste Zielgruppe

der Wahlkämpfe 1953 und 1957, doch sollten daneben auch bereits andere Gruppen angesprochen werden, die unterschiedlich benannt wurden. Heine identifizierte sie 1953 mit Angestellten und Rentnern, für 1957 dann mit Erstwählern, Frauen, Rentnern und Protestanten. Nach der Wahl waren sie schließlich zu unpolitischen Wählern und zu »Jugendlichen, Frauen und Arbeiter in den Betrieben« geworden.⁷¹ Die interpretatorischen Versuche der drei Meinungsforscher während des Wahlkampfes 1957 hatten in der Parteiführung dazu geführt, die Zweiteilung von Arbeiterschaft und Bürgertum mit Hilfe der Sozialstrukturanalyse etwas zu differenzieren. Dazu hatten die Sozialforscher in ihren Untersuchungen vier Gruppen gebildet – »wahrscheinliche Nichtwähler, bereits gewonnene SPD-Anhänger, kaum zu gewinnende Anhänger der Gegenseite, noch zu gewinnende, nicht festgelegte weiche Wähler (Zielgruppe)« – und die Arbeiterschaft daraufhin untersucht. Das »Profil der Arbeiterwähler« nahm sich dann äußerst enttäuschend für die SPD aus, da bereits im vorhinein erklärt wurde, daß man die Arbeiter aufgrund ihrer kommunikativen Bedingungen kaum würde ansprechen, geschweige denn sonst für sich gewinnen können. Die zur SPD oder CDU neigenden Wähler wurden als »latent« definiert und festgestellt, daß gerade die ausgemachte Zielgruppe in der Arbeiterschaft der Zielgruppe der Gegenseite entsprach.⁷² Es wurde zwar immer noch anvisiert, zunächst die gesamte Arbeiterschaft hinter sich zu bringen, bevor man sich anderen Wählergruppen zuwandte, doch der zuvor monolithisch gedachte Block zerfiel nun in einzelne Gruppierungen, die aufgrund bestimmter Variablen als mehr oder weniger ansprechbar galten:

»Daß wir leider eben knappe 50% der Arbeiter haben und daß wir alles tun müssen, ohne die anderen Schichten zu vernachlässigen, diesen Stand zu halten, ihn zu erweitern und daß wir bei den Protestanten die größere Chance haben. Das sind Überlegungen, die wir machen müssen [...]«⁷³

Mit diesem etwas schiefen Satz reagierte Heine auf die Lektüre des Memorandums von Kaiser, Liepelt und Schubert und deren Idee, auch SPD-nahe Mittelschichten anzusprechen. Grundlage der Bestimmung der anderen Gruppen war die Zuordnung und die Anzahl der sogenannten »Meinungslosen« oder »Unentschiedenen« sowie die Feststellung, daß es sich um Schichten handele, »die soziologisch mehr zu uns gehören.«⁷⁴ Auf diese Weise und mittels der Analysen zu besonders geneigten Wählern, die nach Beruf, Alter, Geschlecht und Konfession bestimmt wurden, zeigte die SPD, daß sie die grundsätzlichen Unterscheidungen in der Klassifizierung und Kategorisierung der Demoskopie gelernt hatte.

⁷¹ Vgl. Heine, Protokoll eines Vortrags auf der Sekretärskonferenz am 16./17. 6. 1953, S. 7 und Gleitze, Transkript (Sondertagung 1956), S. 12, AdsD 2/PVAJ000382; Diskussion im WPA nach Präsentation von Gleitze am 28. 9. 1956, insbes. S. 9, AdsD 2/PVAJ000304; Zitat: [Heine], »Die grundsätzlichen Werbeaufgaben der nächsten vier Jahre«, Zusammenfassung, AdsD 2/PVAJ000302.

⁷² Zitate und Beschreibung: W. Hartenstein/K. Liepelt/G. Schubert, »Arbeiterschaft vor der Bundestagswahl 1957«, Juli 1957, S. 4, 25 ff., AdsD PV 04878.

⁷³ Sitzung des WPA am 8. 12. 1955, AdsD 2/PVAJ000304.

⁷⁴ [Gleitze/Heine], Vortragstext 1953, S. 5, AdsD 2/PVAJ000382.

Dieses Interpretationsmuster wurde von Infas auch nach der Wahl 1957 weiter betrieben und verfeinert. Die Arbeiterschaft wurde nun als eine heterogene Bevölkerungsgruppe betrachtet, die zwar mehrheitlich zur SPD tendierte, aber doch zu einem gewissen Teil auch an die CDU gebunden war. Es wurden zwar bei den Überlegungen internationale Anleihen gemacht, doch schien es undenkbar, Typenbildungen wie z. B. den britischen radikalen Tory-Arbeiter zu übernehmen. Die Akzeptanz unterschiedlicher Bindungen machte den ersten Schritt zu einem Wandel des Verständnisses von Gesellschaft aus und bildete auch die Grundlage für einen Wandel des Selbstverständnisses. Die Erkenntnis, daß die Arbeiterschaft nicht zur Stimmabgabe für die SPD gezwungen werden könne und man sich daher auch in anderen Bereichen als dem der eng gefaßten Arbeiterschaft umsehen müsse, markiert den grundlegenden Wandel des Blicks auf die Wähler. Jedoch wurde dies zunächst zu dem hohen interpretatorischen Preis erkaufte, daß Arbeiter als fremdgesteuerte Objekte dargestellt wurden. Ihr Verhalten wurde mit Hilfe der demoskopisch gelernten Grunddisposition, daß es um den eigenen wirtschaftlichen Erfolg, seine Verbesserung oder Erhaltung gehe, entschuldigt:

»Das finanzielle Engagement breiter Arbeiterkreise durch Kreditnahme für Wohnungen und Eigenheime [...], dabei angetrieben vom Ehrgeiz zur sozialen Repräsentation [...], zwang sie in das Lager der von Erhard repräsentierten Erfolgswirtschaft, und zwar deswegen, weil sie sich distanzieren von der Partei mit Neigungen zu risikvollen Wirtschaftsexperimenten, in diesem Fall der SPD.«⁷⁵

Demgegenüber wurde die Arbeiterschaft bei der CDU von Beginn an unter der konsumorientierten Erfolgsperspektive betrachtet, wenn sie als Zielgruppe und nicht als kirchlich gebundene Stammwähler in den Blick kam; ihr wurde gezielt die Teilnahme an der wirtschaftlichen Prosperität angeboten und vor Augen geführt.⁷⁶

Diese Idee der vollständigen Gewinnung der Arbeiterschaft wurde angetrieben durch die Vorstellung einer aufklärerischen Propaganda, die mit einem erzieherischen Impetus verbunden war. So sollte der Moment abgewartet werden, in dem eine Chance bestand, die Arbeiter aufzuklären zu können; aufkeimender Protest wurde real als vorübergehende Stimmung gewertet, die es jedoch auszunutzen galt:

»Es wäre eine grobe Selbsttäuschung, auf diesen Treibsand Wahlschlösser zu bauen. Aber gerade in diesem Augenblick erweist sich der außerordentliche Wert der Meinungsforschung, indem sie uns auf der einen Seite zeigt, wie tief die Einbrüche in das Lager der CDU bereits gediehen sind und welche gärende Unruhe in genau aufgeschlüsselten Bevölkerungsgruppen die starren politischen Fronten verschiebt.«

Das Ganze sei jedoch eine »[...] Protesthaltung gegen die Regierung, die aber für breite Gruppen dieser Enttäuschten noch keineswegs mit einem echten politischen

⁷⁵ Gleitze, Transkript (Sondertagung 1956), S. 9, ebd.

⁷⁶ Vgl. insbesondere Otto Lenz' Anfragen beim IfD zu gesonderten Auswertungen der Arbeiterschaft (Ansehen der Arbeiterschaft im NS und in den fünfziger Jahren etc.), ACDP I-172-036 (3 und 4); ACDP I-172-035 (3); O. LENZ, Die soziale Wirklichkeit, 1956.

Urteilswechsel verbunden ist.«⁷⁷ Zum einen war eine politische Meinung damit immer noch an eine langfristige Einstellung oder an ein Bewußtsein geknüpft. Kurzfristige Meinungen waren lediglich eine oberflächliche Erscheinung, Momentaufnahme oder nicht »echt«, und die Demoskopie wurde als fähig erachtet, darüber Auskunft zu geben, was bloße Unzufriedenheit von einer echten Meinung unterscheidet. Mit wiederholter Befragung war die Demoskopie in der Lage, die Protesthaltungen auszuloten, um so Tipps für die richtige Ansprache zu empfehlen, um den in Stufen ablaufenden Protest aufzugreifen und in eine neue Wahlentscheidung umzumünzen.

Damit zielte die politische (Werbe-)Kommunikation der SPD weiterhin auf eine Entscheidung der Wähler entsprechend ihrer sozialen Lage durch Aufklärung. Beide Parteien verfolgten eine Art Pädagogik, die sich in der Praxis jedoch unterschiedlich darstellte. Metaphorisch deutete sich diese Sichtweise auf die Wähler in dem beliebten Ausdruck, die »Hand am Puls des Volkes« zu haben, aus. Andere Metaphern sprachen die therapeutische Bedeutungsdimension der demoskopischen Beobachtung aus, die von der »Fieberkurve« bis zur Heilung des politisch »falschen« Zustands reichten.⁷⁸ Die Erfindung und Interpretation von »Zielgruppen« als neu und frei determinierbare Gruppen, die es für Ansprachemöglichkeiten zu erforschen galt, schob sich während dieser generellen Neuausrichtung des Blicks auf die Wählerschaft langsam in den Vordergrund. Die Meinungsforscher verschoben die Thesen zur Ansprache von Arbeitern mittels einer Ausdifferenzierung der einzelnen Blöcke durch eine Art Lagertheorie, indem sie ein Rechts-Links-Schema nutzten, um die Arbeiterschaft als Kernanhängerschaft der Sozialdemokratie begrifflich aufzulösen. Dabei half ihnen die Definition der »weichen Wähler«, die pragmatisch nach eigenem Nutzen entschieden und die Infas gegen die harten Wähler stellte. Die Darstellung der drei Sozialwissenschaftler ließ es als notwendig erscheinen, daß auch die SPD eine pragmatische Sichtweise der Wähler akzeptierte. Der mit dem Begriff der »Zielgruppen« verbundene Ansatz, die Veränderung der Haltungen in der Gesellschaft als pragmatischer werdend anzuerkennen, verursachte jedoch Probleme.⁷⁹ Die Demoskopien griffen in ihren Darstellungen eher beiläufig zur Bezeichnung der »Zielgruppe«, die bis dahin unbekannt war. Sie löste unter den Zuhörern einer Präsentation unterschiedliche Assoziationen aus und sorgte für Verwirrung, da die Unterteilung in sogenannte harte und weiche Wähler die Aufweichung der Lagergrenzen in allen Lagern implizierte, so daß der auf dem Treffen anwesende Wehner den Begriff gegenüber Funktionären zu einem Fachterminus erklärte, der »nicht geprägt worden [war], um in unseren Sprachgebrauch einzugehen.«⁸⁰ Die SPD-Zir-

⁷⁷ Gleitze, Transkript (Sondertagung 1956), S. 14, AdsD 2/PVAJ000382.

⁷⁸ Infas, »Ein Jahr vor der Wahl. Stimmungen und Chancen«, S. 5, 7, PV-Protokoll Jan. 1961.

⁷⁹ Vgl. für diese Deutung erstmals Günter Eck/Christian Sauer alias K. Liepelt/G. Schubert/K.-C. Kaiser, »Neue SPD-Wähler – woher?«, S. 11, AdsD PV 01077.

⁸⁰ Herbert Wehner, Protokoll des Treffens der Landeswahlleitungen, 27. 1. 1961; vgl. Tonbildserie von Infas, »Ein Jahr vor der Wahl. Stimmungen und Chancen«, bei der zum ersten Mal die Funktionäre mit der Demoskopie live konfrontiert wurden (PV-Protokoll Jan. 1961).

kel, in denen diese Fragen mit den Meinungsforschern diskutiert wurden, hielten die Debatte über die Ausweitung der Wählerschaft in neue Wählerbereiche für gefährlich, da sie innerparteilich für Aufregung sorgen und den Verlust von Stammwählern herbeiführen könnte. Die Herangehensweise wurde als Ablehnung der SPD als Partei der Arbeiterschaft gedeutet, als Abkehr von den Idealen und Übernahme amerikanischer (manipulatorischer) Werbemethoden, mit der Folge, daß Infas' Ausführungen 1957 unter Verschuß gehalten und die Studie zur Arbeiterschaft ignoriert worden waren.⁸¹

Andererseits mußte aber die SPD anerkennen, daß sich in der gesellschaftlichen Struktur Veränderungen ereigneten und Arbeiter sich zunehmend mehr leisten konnten.⁸² Daß sich ab Mitte der fünfziger Jahre der »Abschied von der Proletarität« abzeichnete, konnte den politischen Akteuren nicht verborgen bleiben.⁸³ In weiteren Ausführungen zu »weichen Wählern« fand sich daher eine etwas verschobene und an diese Beobachtungen anschließende Strategie, die eine Unterscheidung zwischen »Produzenten« und »Konsumenten« als Ausweichmanöver zu den weichen Wählern traf, aber weiterhin darauf zielte, das Bild des politisch bewußten Arbeiters als pädagogisches Ziel der SPD zu relativieren. Die Idee der Definition zweier Zielgruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen sorgte für Irritationen, weil die Vorstellung, im Betrieb weiterhin Aufklärung zu betreiben und die klassischen Interessen der Produzenten (= Arbeiter) zu vertreten, wohingegen zu Hause neue Konsumentenwerbung (= Haushalt als sozialstatistische Einheit, Hausfrauen/Familie) stattfinden sollte, auf Unglauben in Bezug auf die praktische Umsetzung stieß, zumal der Begriff des »Konsums« ideologisch belastet war.⁸⁴ Heine schlug vor, diese Idee mit dem Begriff »pluralistische Werbung« zu benennen, um den in sich widersprüchlichen Ansatz zu kaschieren. Die soziologische Erklärungskraft der Meinungsforscher stieß hier an ihre Grenzen, wo die verschiedenen Rollen einer Person nicht vorstellbar waren: Die Vorstellung eines klassenbewußten Arbeiters kollidierte mit seinem gleichzeitigen Interesse am Konsum. Dennoch hatte sich die Ansicht festgesetzt, daß in einer wachsenden Wohlstandsgesellschaft gesellschaftliche Spannungen an Bedeutung verlören und damit auch die politische Haltung an sich scheinbar an Bedeutung einbüße, demgegenüber aber Fragen des Konsums und des wirtschaftlich-gesellschaftlichen Status, des »Prestiges«, an Bedeutung gewinnen.⁸⁵

⁸¹ Vgl. Heines Kritik im WPA am 11. II. 1958, AdSD 2/PVAJ000305.

⁸² Vgl. für den Wandel zur Konsumgesellschaft M. WILDT, Beginn der »Konsumgesellschaft«, 1994; C. PFISTER (Hrsg.), Das 1950er Syndrom, 1996; H. SIEGRIST/H. KÄELBLE/J. KOCKA (Hrsg.), Europäische Konsumgeschichte, 1997.

⁸³ Vgl. J. MOOSER, Abschied von der »Proletarität«, 1983; ders., Arbeiterleben, 1984; W. KASCHUBA/G. KORFF/B. J. WARNEKEN (Hrsg.), Arbeiterkultur seit 1945, 1991.

⁸⁴ Vgl. Vorstellung Liepelt im WPA und anschließende Diskussion dazu am 11. II. 1958, AdSD PV 0593.

⁸⁵ Zur gesellschaftlichen Selbstbeschreibung mittels der markanten und umstrittenen Topoi »Prestige« und »nivellierte Mittelstandsgesellschaft« in den fünfziger Jahren vgl. P. NOLTE, Die Ordnung der deutschen Gesellschaft, 2000, S. 228 ff.; vgl. auch Zitat oben zum Ehrgeiz der sozialen Repräsentation«; H. SCHELFSKY, Schichtungsbegriff, 1965; H. BRAUN, Schelsky, 1989.

Die interne Auseinandersetzung um die Frage nach der richtigen Politik für die Arbeiterschaft und später für die Arbeitnehmerschaft kennzeichnete Ende der fünfziger Jahre ein Dilemma aller sozialdemokratischen Parteien in entwickelten Industriegesellschaften. Die erfolgreiche Politik des Ausgleichs von sozialer Ungleichheit und die gesellschaftliche Entwicklung sorgten dafür, daß die typische Klientel zum Verschwinden gebracht würde und ein Aufstieg erfolge, der zur Umorientierung der Wähler führe, so die soziologische Erklärung: Damit beraubten sich die Parteien mit ihrer demoskopisch angeleiteten Politik einer immer stärker erweiterten Wählerbasis ihrer ursprünglichen Milieus in einem dialektischen Vorgang.⁸⁶ Die Auseinandersetzung, ob die SPD eher um ihre klassische Klientel oder um neue Wählergruppen, um (organisierte) Arbeiter oder politisch Uninteressierte, kämpfen sollte, bildete seit dieser Zeit eine Konstante der Auseinandersetzung in der SPD. In Zyklen wurde sie auch immer wieder demoskopisch geführt mit der Fragestellung, welche Gruppe die entscheidenden Prozentpunkte zum Sieg beitragen könnte.

Die Entwicklung wurde letztlich durch die demoskopische Feststellung begünstigt, Wähler als Konsumenten zu betrachten und zu behandeln. Die Verschiebung des Diskurses zur Betrachtung und Bewertung von Wählern ereignete sich mit den demoskopischen Beobachtungen der Funktionsweise einer konsumorientierten Industriegesellschaft, deren Bevölkerung sich von klassischen Konflikten der Verteilung auf Konsumkonflikte verlagerte. Damit gestaltete sich die Diskussion um die richtige Politik für die Arbeiterschaft entlang anderer Kategorien: Die Frage danach, wie man Arbeiter oder generell Wähler überzeugen könne, wurde nicht mehr von allgemeinen politischen Fragen ausgehend, sondern nach den Bedürfnissen der einzelnen Gruppen beziehungsweise des Einzelnen gestellt. »Der moderne Konsument«, der eine verbraucherfreundliche Politik wünschte, wurde ins Zentrum der Überlegungen gestellt.⁸⁷ Zum einen wurden Arbeiter zu einer Gruppe unter vielen, andererseits wurde die Tragfähigkeit von individuellen Bedürfnissen als Gruppenanliegen entdeckt. Demnach könnten nicht nur sich vom Wirtschaftswunder übergangene fühlende Arbeiter Zielgruppe sein, sondern es könnte sich ein gemeinsamer Aufstieg der Bürger in der Bundesrepublik denken lassen. Dieser Aufstieg bedürfe einer gemeinsamen Anstrengung zur Erhaltung und Verbesserung des Zustandes, ein gemeinsamer Kurs sei notwendig, in dem gemeinsame Aufgaben – eben als gesamtgesellschaftliche und parteiübergreifende »Gemeinschaftsaufgaben« – bewältigt würden.⁸⁸ So wurde es möglich zu formulieren, »daß die Verheißung der Gemein-

⁸⁶ Vgl. erstmalig empirisch zu der These S. M. LIPSET, *Soziologie der Demokratie*, 1962; A. PRZEWORSKI/J. SPRAGUE, *Paper Stones*, 1986, insbes. S. 55 f.; S. SCARROW, *Rückgang von Parteienbindungen*, 1999; G. MOSCHONAS, *In the Name of Social Democracy*, 2002. Letzterer bezieht sich aber auf den organisatorischen Wandel, der die Partei(demokratie) abbaut durch Zentralisierung und Expertisierung. Er konstatiert darüber hinaus eine »Balkanisierung« der deutschen Sozialdemokratie in den siebziger Jahren, S. 127.

⁸⁷ Infas, »Befunde. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung I, 30.1.1960«, AdSD NL Anders 3; als Beispiel dieser Neuorientierung vgl. C. NONN, *Godesberger Programm*, 2002, S. 93–97.

⁸⁸ Vgl. für die Umsetzung dieser Strategie B. W. BOUVIER, *Zwischen Godesberg und Großer Koalition*, 1991; vgl. auch Kap. 4.2.c, S. 377.

samkeit neue Bedürfnisse auch im Konsumentenbereich schaffen könne, die zu befriedigen die SPD einigermaßen glaubwürdig versprechen könne.«⁸⁹ Gemäß der Feststellung, daß diejenigen Wähler, die für Brandt votieren, aber aufgrund des immer noch gleichen Bildes von der SPD eben diese nicht wählen würden, »die Definition der Zielgruppe für den Bundestagswahlkampf« ergäben, löste sich die Idee der arbeiterzentrierten Werbung bereits im Wahlkampf 1961 auf, auch wenn sich Infas bemühte, zu versichern, daß mit der Zielgruppe des »unpolitischen Konsumenten« kein »Einbruch [...] ins bürgerliche Lager, sondern an der Konsumfront« erzielt werden sollte.⁹⁰ In diesem Sinne wurde die politische Kommunikation ganz unter das Zeichen der »Verbraucherfreundlichkeit« und damit auch die Beschreibung der Gesellschaft durch den Konsum unter positive Vorzeichen gestellt.⁹¹ Obwohl die Aussagen in Ansätzen eher wie Kampfansagen wirkten, griff die SPD damit die Debatte um Masse und Vereinzelung im Rahmen der aufstrebenden Konsumgesellschaft auf und machte sie so für sich nutzbar.⁹² Der Wandel der Beschreibung von Gesellschaft durch demoskopische Kategorien ging so mit dem Wandel der Partei einher.

Zunächst wurden diese diskursiven Verschiebungen durch sprachliche Wendungen aufgefangen. Dies läßt sich beispielsweise anhand der Kategorie der »Rand-schichten« nachvollziehen. Diese 1956 in der SPD auftauchende Beschreibung meinte diejenigen Wähler, die es im Sinne der SPD umzustimmen galt und bei denen das auch für möglich gehalten wurde:

»Das sind drei Hauptgruppen: Einmal diejenigen Wähler, die zwar 1933 sozialdemokratisch gestimmt haben, aber bis jetzt noch nicht fest entschlossen sind, das zu wiederholen. Das sind etwa 15 von je 100 sozialdemokratischen Wählern, also insgesamt über eine Million! [...] Das sind zum anderen die labilen Wähler der CDU, von denen etwa 35% oder rund 4 Millionen sich noch nicht endgültig wieder auf die CDU festgelegt haben. [...] Und das sind schließlich diejenigen, die jetzt überhaupt noch keine Stellung bezogen haben.«⁹³

In diesem zeitlichen Bezugspunkt fand sich nicht nur eine Meßlatte für die Anzahl der zu erreichenden Wähler, sondern es wurde zugleich auch ein spezifisches Selbstverständnis und Politikverständnis der SPD offenbar. Die in dem Zeitbezug und der Entscheidung für oder gegen die SPD deutlich werdenden Implikationen ließen die SPD wieder zur antifaschistischen Partei werden. Sie machten die Denkweise der politischen Akteure sichtbar, die in Maßstäben der Weimarer Republik die binäre

⁸⁹ Wolfgang Müller im Kurzprotokoll einer Sitzung vom 19. 10. 1960 zur demoskopisch abgesicherten Formulierung des »Appells von Hannover«, AdsD NL Anders 3.

⁹⁰ Vgl. Infas, »Konturen und Positionen im Bundestagswahlkampf. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung der SPD II/5. 11. 1960«, AdsD PV 0984.

⁹¹ Vgl. Infas, Bericht in München am 2. 7. 1962 zur Untersuchung »Mehr Gerechtigkeit« sowie die Notizen von Knoeringens dazu, AdsD NL von Knoeringens 495.

⁹² Vgl. zur Debatte über Masse und Vereinzelung unter den Vorzeichen des Konsums in der frühen Bundesrepublik P. NOLTE, Die Ordnung der deutschen Gesellschaft, 2000, S. 309 ff.

⁹³ Heine, Transkript (Sondertagung 1956), S. 25, AdsD 2/PVAJ000382; vgl. für spätere interne Verwendung des Begriffs: »Vorschläge der Siebener-Kommission für die Vorbereitung und Durchführung des Wahlkampfes 1961«, 16. 12. 1959, AdsD NL Erler 91.

Opposition, die die Sozialforscher aufzuweichen bemüht waren, aufrecht erhielten und die damalige Entscheidungssituation auf die Bundestagswahl 1957 übertrugen. Dabei einzelne Wählergruppen als spezifisch zu bewerbende Einheiten herauszusuchen, stand dem nicht entgegen, sondern wurde als modern bewertet.⁹⁴ Es kennzeichnete aber auch die zunächst erfolgende Verarbeitung der angebotenen demoskopischen Deutungen.

Die demoskopische Darstellung von Gesellschaft ging in der sozialdemokratischen Variante bei Infas von zwei getrennten Kreisen aus, mit denen es an ältere soziologische Ordnungsvorstellungen angeschlossen.⁹⁵ Die Kreise beschrieben dabei eine Blockbildung in ›links‹ und ›rechts‹, die jeweils – konzentrisch angeordnet – ein Zentrum und eine Peripherie besaßen. Durch die beschriebene »Auflösung« der »Fronten« verwässerten diese Kreise, deren Schnittmenge immer größer wurde. Die Nutzung des Begriffes der Randschichten, dem frühesten Zielgruppenbegriff, und das Ende der ausschließlichen Fokussierung auf die Arbeiterschaft ging einher mit der Auflösung des alten sozialdemokratischen Weltbildes zugunsten einer anderen Ordnungsvorstellung, in der sich die Verortung der Arbeiterschaft verschob. Daß sie in der Sicht bei Infas zumindest im Kern der Wählerschaft verblieb, zeigten Auswertungen von Wahlergebnissen (und Wahlabsichten), in denen bis in die achtziger Jahre hinein die Diagnose gestellt wurde, daß die SPD ihre Stammwählerschaft verliere, also die Logik des Aufbaus umgekehrt wurde: Statt an den Rändern abzunehmen, bröckelte die Wählerschaft vom Kern ausgehend.⁹⁶

Im Laufe der sechziger Jahre wurde als Anzeichen der Verschiebung statt der Arbeiterschaft die Bezeichnung ›Arbeitnehmerschaft‹ in den demoskopischen Texten verwendet: Die neue Klassifizierung sprach für eine Annäherung der Beschreibungskategorien von Arbeiterschaft und Arbeitnehmerschaft in Einkünften und Lebensgestaltung und paßte sich damit an die sozialstrukturelle Entwicklung kommunikativ an. Der Deutsche Gewerkschaftsbund verwendete diesen Begriff ebenfalls, und da Infas ab 1963 ihn auch demoskopisch beriet und ein regelmäßiges »Gewerkschaftsbarometer« erstellte, lag eine ähnliche Begriffsverwendung vielleicht auch nahe.⁹⁷ Als Hilfestellung dieser begrifflichen Umdeutung fungierte dabei die CDU-wählende Arbeiterschicht. Diese wählte laut den demoskopischen Befunden von Infas nun nicht mehr zwangsweise aus Angst vor wirtschaftspolitischen Experimenten und dem Verlust des hart erwirtschafteten Eigentums die CDU, sondern sie wählte aus sozialpsychologischen Gründen: Der Wähler täuschte sich selber und schrieb

⁹⁴ Vgl. ebd.

⁹⁵ Vgl. G. SIMMEL, Über soziale Differenzierung, 1890, S. 100–116.

⁹⁶ Vgl. Infas, »Wahlen und Wähler 1973«, Präsidiumssitzung am 11. II. 1971; als Antwort auf eine ebensolche Deutung der Wahlen 1983 vgl. die Entgegnung der FGW: M. BERGER/W. GIBOWSKI/D. ROTH u. a., Das Eis schmilzt zuerst an den Rändern, 1984.

⁹⁷ Zur demoskopischen Begleitung der Gewerkschaften und deren Politikberatung liegt bislang noch keine Arbeit vor. In Anbetracht der Untersuchungen zu Verwissenschaftlichungs- und Beratungsprozessen in Unternehmen wäre dies aber sicherlich ein lohnendes Feld. Vgl. als erste Studien R. ROSENBERGER, Experten, 2005; dies., Demokratisierung, 2004; J. PLATZ, Führungsstile, 2006.

sich durch die Wahl der CDU der Mittelschicht zu, um so dem Arbeiterimage zu entkommen. Laut Infas wählten Arbeiter also dank der soziologischen Zuschreibung, die Mittelschicht wähle CDU, eben diese Partei, um dazuzugehören und damit der scheinbar negativen Zuschreibung zur Arbeiterschicht abzuwenden.⁹⁸ Das machte sie zu einer neuen soziologisch identifizierbaren Gruppe, deren wichtigster Erkennungsunterschied zu den SPD-wählenden Arbeitern darin bestand, daß sie nicht organisiert waren. Dabei bestand Infas weiterhin auf eine Unterscheidung der Konsumenten (mit »Verbraucherbewußtsein« gekennzeichnet) und des Arbeiterbewußtseins, wobei das erstere leichter zu aktivieren sei als das zweite mit den sich zu den Mittelschichten zurechnenden Wählern. Es gab allerdings auch den »konsumorientierten Arbeiter«, der SPD wählte. Insgesamt befand sich diese Gruppe somit in einem »Zwischenbereich«.⁹⁹ Für Infas standen die großen gesellschaftlichen Konfliktlinien (entsprechend der Konfliktlinien- oder Cleavage-Theorie) und die dazugehörige Frage der »Organisation« als Anbindung an gesellschaftliche Gruppen ab Mitte der sechziger Jahre im Zentrum. Von den Konfliktlinien ausgehend konstatierte Infas, daß die Bundesrepublik »dreipolig« gegliedert sei in »Katholiken, Arbeiter, Mittelschicht«. Mit Hilfe dieser Dreiteilung und ergänzt um das Kriterium der Organisiertheit wurden die Kategorien der Wählertypologie abgeleitet. Infas benutzte das sogenannte Kontrastgruppenverfahren, um mit dichotomischen Zuordnungen zu »Einflußbereichen«, die über Organisation oder Kleingruppen im Nahbereich (gemeint: persönliche Beziehungsstrukturen, Reste milieuartiger Einbindung in Strukturen) definiert waren, die Stärke der Parteibindung zu messen. Heraus kamen fünf Bereiche: »(traditioneller) Arbeiterbereich, Alte Mittelschicht, katholischer Bereich, linke Peripherie, Neue Mittelschicht«.¹⁰⁰ Diese Typologie wurde über den gesamten Untersuchungszeitraum im Grundsatz beibehalten, auch wenn die Bezeichnungen für die »Peripherie« zu »organisierten Randgruppen« wechselte. Außerdem verschwand die Bezeichnung des »traditionellen« Arbeiterbereichs.¹⁰¹

Die »Neue Mittelschicht« wurde bereits früh im erweiterten Bereich der Arbeiterschaft ausgemacht, als die Kinder von Arbeitern. Sie waren nun im generationellen Aufstieg Angestellte und Beamte geworden und wurden von Infas auch als »Aufstiegsaspiranten« bezeichnet. Auf diese Weise wurde die Wählertypologie um die Kategorie der Generation erweitert. Unter den gewerkschaftlich Organisierten kamen außerdem nun neben der Arbeiterschaft auch die Angestellten und Beamten

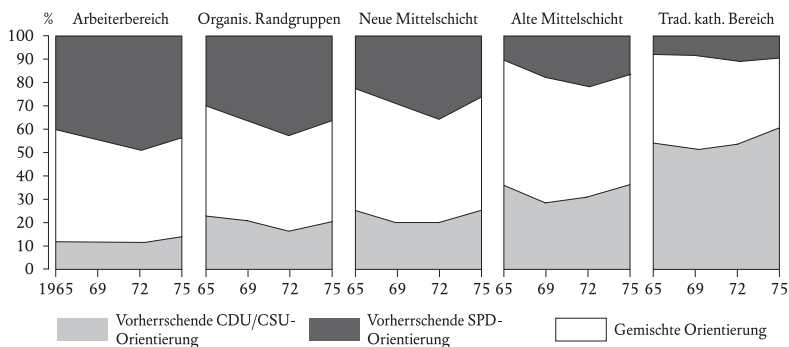
⁹⁸ Das vorgelegte sozialpsychologische Erklärungsmuster ähnelt den theoretischen Erklärungsansätzen Pierre Bourdieus: Vgl. P. BOURDIEU, Die feinen Unterschiede, 1984; vgl. die heftig kritisierte Wahlanalyse von Infas/Klaus Liepelt, auf der Sekretärskonferenz zur Auswertung der Bundestagswahl am 17. 11. 1965 auf Burg Ockenfels, AdSD PV 01497.

⁹⁹ Vgl. diese Klassifizierung in Infas, »Wahlen und Wähler 1973«, Wählergruppierung, Bericht als Vorlage zur Präsidiumssitzung am 11. 11. 1971.

¹⁰⁰ Vgl. Manuskript Klaus Liepelt, Ockenfels, S. 36–47, AdSD PV 01497; Infas, »Wahlen und Wähler 1973«, Wählergruppierung, Bericht als Vorlage zur Präsidiumssitzung am 11. 11. 1971.

¹⁰¹ Vgl. z. B. Infas-Report, »Parteihänger 1975 – Analyse zur Bestimmungen von politischen Zielgruppen«, AdSD 1/AMAD000230.

Abbildung 3: Politische Orientierungen im persönlichen Nahbereich



Aus: U. FEIST/H. LIEPELT, Machtwechsel, 1977, S. 45.

als größer werdende Gruppe der SPD-Wählerschaft hinzu. Sie sprengten das Schema der sozialen Zuordnung, aus dem Infas auch seine Zielgruppen ableitete. Mit der Unterscheidung nach gesellschaftlicher Organisation zeigte Infas dem Bestreben der SPD, immer mehr Wähler aus den Randschichten zu gewinnen, Grenzen auf, da das Modell der sich überschneidenden Kreise nicht unendlich fortgeführt werden konnte, wollte es nicht irgendwann die Wählertypologie und sich selbst grundsätzlich infrage stellen. Da die neue Mittelschicht aber Wählerzugewinne versprach, lautete die Antwort auf diese Problematik bei Infas »Doppelstrategie«. ¹⁰² Die ausgemachte Überschneidung der Kreise, die im Kern aus den aufsteigenden Arbeiterkindern – »aufgestiegene Arbeiter« – bestand, wurde gemeinsam mit den »konsumorientierten Arbeitern« zu der Zielgruppe »Neue Mittelschicht« von Infas 1965 zusammengefaßt. ¹⁰³

Dabei blieb in der Analyse die soziale Lage bestimmend, die durch gesellschafts-politische Veränderungen (wie zum Beispiel der Bildungschancen) Auswirkungen zugunsten einer sozialen Mobilität und Aufweichung sozialer Grenzen nach sich zog. Diese Entdeckung der dazwischen liegenden Schichten der Bevölkerung lief entlang der Feststellung, daß sich Gesellschaft wandelte und bestimmte Gruppen nicht mehr in die vorgesehenen Schubladen paßten. Mit der Beschreibung dieser Gruppen und der Forderung nach Beachtung tauchte damit der Diskurs über die Selbstbeschreibung der SPD anhand der Beobachtung der Wählerschaft in der Weimarer Republik wieder auf, der bereits die Beschreibungen des »neuen Mittelstands« oder der »Zwischenschichten« geführt hatte und der eine allgemeine sozio-

¹⁰² Infas, »Stimmenzielplanung für die SPD-Ortsvereine im Land Bremen«, 1971, AdsD PV 02045.

¹⁰³ Für hier zitierte Begriffe auch im folgenden siehe Klaus Liepelt, Vortrag Burg Ockenfels, S. 37–45, AdsD PV 01497.

logische Diskussion zur Rolle der Mittelschichten in der Weimarer Republik damit aufgenommen hatte.¹⁰⁴

Infratest nahm eine ähnliche Interpretationsleistung vor. Allerdings sah die Betonung der Methoden der Marktforschung vor, den Wähler stärker als eine von sozialen Lagen losgelöste Person zu betrachten, die durch eine Vielzahl von Faktoren bestimmt werde. Dementsprechend war soziale Lage ein wichtiger Faktor, aber kein entscheidender in der Vorstellung der Wählerschaft, die bei Infratest zunächst nicht in einer Typologie expliziert, sondern nur als »leistungs- und konsumorientierte Gesellschaft« mit Gefahren der »Desintegration« durch mögliche zunehmende Wahlenthaltung, höhere Fluktuation oder Radikalisierung gekennzeichnet wurde.¹⁰⁵ Die Beobachtung und Beschreibung konzentrierte sich auf Zielgruppen. Mittels der Segmentationsanalyse, die zusammen mit einer Faktorenanalyse zur Bestimmung der Rolle einzelner Variablen genutzt wurde, wurden durch Infratest bestimmte Zu- und Abwanderungsgruppen an den »Randbereichen« der Wählerschaften definiert, so daß sich potentielle Wechselwähler präziser lokalisieren ließen und damit einer besseren Ansprache zugeführt werden konnten. Gewohnheiten der Ansprache wurden dabei neu überdacht in dem Sinne, daß Arbeiter, Angestellte u. a. Gruppen nicht mehr nur von ihrem Einkommen und ihrer zugeordneten Schicht, sondern auch von ihrer Bildung und ihrem Verständnis bestimmter politischer Sachverhalte, d. h. auch nach ihrer Mediennutzung und ihrem daraus entstehenden Politikverständnis her begriffen wurden.

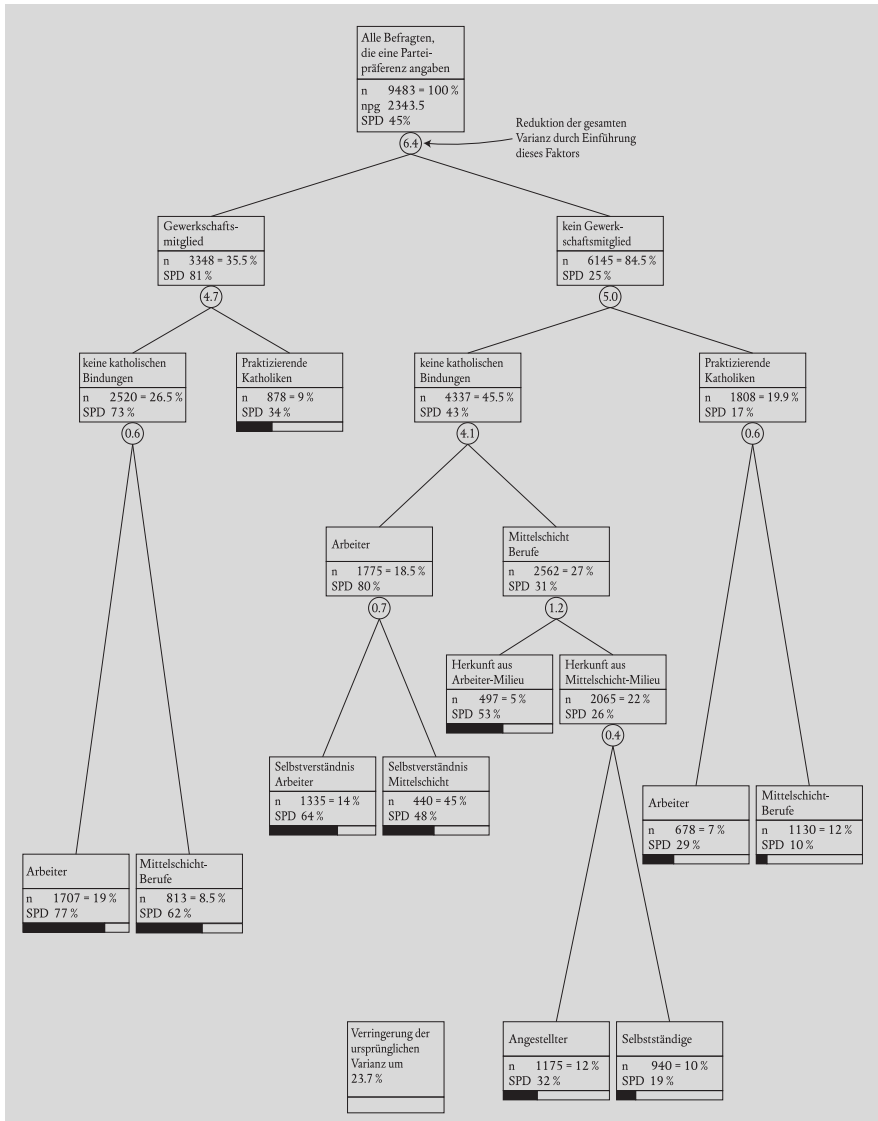
Begründet wurde diese gezielte Suche mit der Erweiterung der Stimmen in allen Bereichen, durch eine bessere Definition und eine sich daran anschließende Ausschöpfungsmöglichkeit des »Wählerpotentials« im Kontext eines gesellschaftlichen Strukturwandels. Das Institut entfaltete auf dieser Grundlage Überlegungen zur generellen Vorgehensweise für eine Stimmenmaximierung im Anschluß an die Kritik am Wahlkampf 1965 und dem Einstieg der SPD in die Regierungsverantwortung.¹⁰⁶ Infratest thematisierte die Problematik sich lösender Bindungen und charakterisierte sie als nicht nur vorteilhaft für die SPD. In der Annahme, daß diejenigen Wähler, die die geringsten institutionellen Bindungen aufwiesen, die wichtigste Zielgruppe für die SPD seien, entwickelten sie jedoch ein Programm, das in Kenntnis des typisch sozialdemokratischen Dilemmas des Verschwindens der Wählerschaft durch die eigene Politik eine Wendung aufzeigte. In einer expliziten Abgrenzung zu den Thesen Seymour Martin Lipsets über die Abwendung von Arbei-

¹⁰⁴ Vgl. für die Zeit der Weimarer Republik (und z. T. des Kaiserreichs), in der v. a. die Diskussion unter dem Stichwort der »Verbürgerlichung« geführt wurde, die Arbeiten von Emil Lederer und Theodor Geiger. Der Begriff »Neuer Mittelstand« wurde z. B. beschrieben von: E. LEDERER/J. MARSCHAK, *Der Neue Mittelstand*, 1926; vgl. für die SPD-Diskussion den Anfang des Kapitels.

¹⁰⁵ Infratest, »Studienbeschreibung zum mittel- und längerfristigen Untersuchungsprogramm für die SPD«, 5. 12. 1968, zu III: Gegenstand der Untersuchung, AdSD PV 1355.

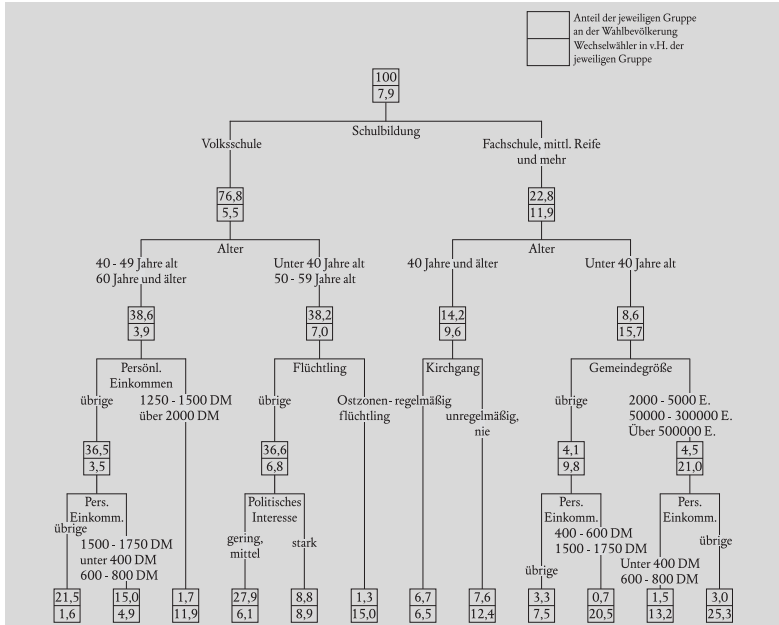
¹⁰⁶ Vgl. Infratest, »Wählerforschung Bd. 2: Quantitative und qualitative Bestimmung von Wählerzielgruppen für Wahlkampf und Öffentlichkeitsarbeit«, Dez. 1968, hier: »Die Chancen der Parteien im Wandel der Gesellschaftsstruktur«, S. 47–51, AdSD PV 02042.

Abbildung 4: Wählertypologie: Deutschland



Aus: K. LIEPOLT/ A. MITSCHERLICH, Thesen zur Wählerfluktuation, 1968, S. 77.

Abbildung 5: Segmentation der Wechselwähler



Quelle: Infratest, »Die Arbeitnehmer, Bd. 1, Vorbericht«, Nov. 1968, Unternehmensarchiv Infratest.

terparteien durch den generationellen Aufstieg wies Infratest anhand einer Korrelation mit »Parteienpräferenz und Konsumstil« nach, daß dies 1968 nicht der Fall war, sondern daß gerade hier – ganz entgegen den bisherigen Befunden – ein großes Wählerreservoir vorhanden war.¹⁰⁷

Als solches Reservoir wurde die neue Mittelschicht für den Wahlkampf 1969 zweifach erfunden, wenn sie auch bei Infratest nicht so benannt wurde. Sie stellte eine Arbeiterschaft und Angestellte vereinigende Gruppe mit den aufsteigenden Arbeiterkindern beziehungsweise (organisierten) Angestellten und Beamten dar, so daß die beiden Institute sich in ihrer Analyse glichen. Die Zielgruppe wurde zu einer demoskopisch ausgeleuchteten Projektionsfläche gesellschaftlicher Zukunftsvorstellungen und damit als ein attraktiver Ort imaginiert, an dem vorgeblich fortschrittliche, sozial offene sowie relativ junge und damit gesellschaftsgestaltende Wähler vorhanden waren. Allgemeine Vorstellungen einer sich wandelnden und prosperierenden Gesellschaft wurden so mit spezifisch politischen Vorstellungen aufgeladen: Wer diese Wähler hatte, besaß das Gütesiegel des Fortschritts und der Zukunft.

¹⁰⁷ Vgl. ebd., S. 61f. (kein exakter Hinweis, auf welche Publikation sich die Verfasser beziehen); S. M. LIPSET, Soziologie der Demokratie, 1962; vgl. zur These, daß die SPD sich mit ihrer Politik selbst überflüssig und dem Dilemma der festen und neuen Wählerschaft ausgeliefert sei, hier auch S. 349.

Gemäß der Suche nach den Wählern mit geringsten Bindungen präparierte Infratest insgesamt vier Zielgruppen heraus: »Angestellte und mittlere Beamte und ihre Familien, Frauen in Arbeiterhaushalten in mittleren und kleinen Gemeinden, Jungwähler – insbesondere Jungwählerinnen, Gewerkschaftsmitglieder in Großstädten«. ¹⁰⁸ Letztere gehörten zur Spezies der »potentiellen Abwanderer«, während unter der zugespitzten Beschreibung »katholische Frauen in der Provinz« gesellschaftlicher Wandel mit medialen Veränderungen in Zusammenhang gebracht wurde, um diese Gruppe als spezifisch anzusprechende Wählerklientel (auf zwei Zielgruppen verteilt) hervorzuheben. ¹⁰⁹ Da sich diese Konzeption von Wählern in kleinen Gruppen als erfolgreich erwies, wurde das Konzept 1972 leicht verändert wieder aufgelegt. Diesmal wurde es konkret unter der Bezeichnung »Neue Mitte« geführt, während die CDU sie eher als »neuen Mittelstand« benannte und sie nicht als generationelle Aufsteiger, sondern als »unselbständig Arbeitende« beschrieb, dies jedoch erst nach der Wahl 1969. ¹¹⁰ Die Begrifflichkeit der SPD wurde ausgewählt nach »positiv bewerteten Begriffen« und der Möglichkeit, daß »der kleine Mann sich damit identifizierte«. ¹¹¹ Diese Setzungen wurden ab 1969 mit einer dezidierten Darstellung in der Öffentlichkeit verbunden, an wen sich die SPD richten wollte. Dazu wurden die verschiedenen Zielgruppen zwar nicht aufgeschlüsselt, aber insgesamt als solche gegenüber den Medien benannt. Auf diese Weise wurden diese Kategorien verbreitet und erzielten einen Werbeeffekt. Als Legitimationsinstrument diente dabei die Wissenschaftlichkeit der Erkenntnis. So warb Bundesgeschäftsführer Wischniewski noch vor Beginn des Wahlkampfes 1969 für die Ansprache der Wähler mit Hinweis auf die »bisher umfangreichste Wähleranalyse« – hier wurde Wissenschaftlichkeit als Grundlage politischer Handlungen anerkannt und als ein Metathema für den bevorstehenden Wahlkampf eingespannt. Die Demoskopie als wissenschaftliche Methode wurde nun als politisches Argument interessant. ¹¹² Nach dem Wahlkampf 1972 las sich dann ein Zielgruppenkonzept wie folgt:

»Es liegt auf der Hand, daß ein Wahlkampfkonzept nur dann wirkungsvoll ist, wenn es auf sinnvoll unterscheidbare Zielgruppen abstellt. Zielgruppen müssen aber unter wenigstens zwei Bedingungen abgrenzbar sein: Sie müssen politisch und soziologisch relativ homogene Gruppen darstellen; sie müssen »technisch«, also durch entsprechende Medien beziehungsweise Werbe- und Informationsträger als Gruppe erreichbar sein.« ¹¹³

¹⁰⁸ Infratest, »Wählerforschung Bd. A, Einleitung und Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse des Umfragen-Programms 1968, Dez. 68«, S. 13 ff., Unternehmensarchiv Infratest; für die daneben entstehende Spezies der »Schiller-Wähler« vgl. Kap. 4.2.d, insbes. S. 410 f.

¹⁰⁹ Zur Zielgruppe »Frauen« vgl. ausführlicher folgendes Teilkapitel.

¹¹⁰ Vgl. Vermerk Kraske an Elschner, 3.11.1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet); Elschner vermied diese Definition zunächst: »Praktische Folgerungen aus den Analysen des Bundestagswahlergebnisses von 1969 für die CDU«, ACDP VII-003-068/1.

¹¹¹ Zitat 1: Albrecht Müller, Zitat 2: Holger Börner, beide aus: »Schön gedrängt«, Der Spiegel Nr. 5 vom 29.1.1973.

¹¹² Vgl. für diese öffentliche Verwendung 1972 auch Kap. 5.3.a.

¹¹³ SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Jahrbuch SPD 1970–1972, 1972, S. 266.

Durch die Zielgruppen wurden die zuvor benutzten Grob-Klassifikationen von Arbeiterschaft und Angestellten teilweise durch die Zuschreibung »Arbeitnehmerschaft« und durch kleinere Einheiten ersetzt, indem Schulabschlüsse, Mediennutzung und Wohnort zu den herkömmlichen sozialstatistischen Kategorien und der potentiellen Wahlabsicht zusammengefügt wurden. Neben den gängigen Kategorien wurden in diesem Sinne durch multivariate Berechnungsverfahren neue Kennzeichnungen erstellt. So wurden der SPD von Infratest in den siebziger Jahren Datenhandbücher zur Sozialstatistik zur Verfügung gestellt, anhand derer sie selber in der Lage war, sich ihre Zielgruppen in sozialer Hinsicht, auch in Verbindung mit ebenfalls von Infratest gelieferten Übersichten zur Mediennutzung, nach Bedarf zusammenzubauen und die Daten mit aktuellen, entsprechend aufbereiteten Umfragedaten zu korrelieren.¹¹⁴ Diese Handbücher wurden mit Anleitung ausgeliefert, damit die in den Datenbüchern verwendeten Indizes zu Korrelationen von Herkunft, Bildung, Arbeit, sozialem Status/Einkommen etc. überhaupt »lesbar« wurden. Diese Zielgruppensetzungen nach Bedarf bedeuteten keine vollständige Abwendung von sozialstatistischen Kriterien, aber das Ende für die herkömmliche Beschreibung der Arbeiterschaft. Diese Zergliederung der Wählerschaft wurde bis zum Ende der siebziger Jahre immer weiter vorangetrieben und verfeinert. Dies bedeutete schließlich ebenfalls das Aus für die »Neue Mitte« als Zielgruppe, da die Setzungen der Gruppen sowie die Verwendung der Kriterien flexibel waren und ebenso zergliedert wurden wie andere Einheiten. Zudem nutzte sich die Begrifflichkeit »neu« sehr schnell ab. Durch diese auf Auflösbarkeit hin angelegten Zielgruppendefinitionen vollzog sich eine neue Klassifizierung von Wählern, die mit einer Mischung sozialer Kategorien und Kommunikationskategorien (nahes Umfeld, Massenmedien) durchzogen war. Die Produktion der Gruppen unterlag einem dynamischen Entwicklungsprozeß, in dem nicht nur die gerade gesetzten Einheiten einer beständigen Überprüfung und Veränderung unterworfen waren, sondern der eine immer detailreichere Differenzierung forcierte, die vom Ausbau der Berechnungsmöglichkeiten durch die Computerentwicklung begleitet und ermöglicht wurde. Der Prozeß, in dem sich die Auftragnehmer einer beständigen Beobachtung verpflichteten und als Nachweis dafür Veränderungen darstellten und die politischen Akteure durch diese Sicherheit wissenschaftlicher Beobachtung immer höhere Kompetenzansprüche zu stellen vermochten, stieß an seine Grenzen. Die Ausdifferenzierung im Anspruch der Steuerung bis ins Detail hinein scheiterte an dem einfachen Punkt der Umsetzbarkeit durch die politischen Akteure, wie es nach dem Wahlkampf 1976 als Problem erkannt wurde.¹¹⁵

¹¹⁴ Vgl. Infratest Forschungsservice, »Handbuch der Zielgruppen, Daten der Sozialstatistik«, November 1973 AdsD 1/AMAD000231; Infratest, »Sozialstruktur von Wechselwählergruppen und von Parteianhängerschaften mit unterschiedlicher Parteibindung 1971 bis April 1976. Ein Materialienbericht der Infratest Sozialforschung«, Mai 1976, (Bibliothek der FES); auch Unterlagen in AdsD 1/AMAD000231.

¹¹⁵ Vgl. das in der Partei ausführlich diskutierte Börner/Koschnick-Papier (hier: »Erreichbarkeit von Zielgruppen«), Ms., AdsD, WBA, Wahlen 40; veröffentlicht unter dem Titel: Bundestagswahl 1976:

Die demoskopischen Konfigurationen führten zu einer immer stärkeren Überschneidung der Zielgruppen der beiden großen konkurrierenden Parteien. Dies machte sich auch in der Annäherung und Angleichung der Wählerstruktur bemerkbar, die bereits seit den fünfziger Jahren in verschiedenen Hinsichten konstatiert worden war. Damit erweiterte sich die Spannweite der SPD-Wählerschaft, die seit den späten sechziger Jahren zu einem zunehmenden innerparteilichen Spannungsverhältnis führte. Die neu entstehende Unübersichtlichkeit wurde anfangs durch weitere demoskopische Beobachtungen kompensiert, die mittels der Konstruktion von Zielgruppen Übersicht schufen. Parallel zu dieser Entwicklung polarisierte sich die politische Auseinandersetzung mit der Bildung der sozial-liberalen Koalition. In diesem Zusammenhang entwickelte Infratest Kategorien für die psychologischen Erklärungsfaktoren der Meinungsbildung, die auf der demoskopisch untermauerten Feststellung sich wandelnder Werte und Grundorientierungen basierten. Dies wurde von der SPD in gewissem Sinne erwartet:

»Nur über die Kenntnis der politischen – beziehungsweise höchst unpolitischen – Motivationsstruktur der Wahlbevölkerung werden wir in die Lage versetzt, *sinnvolle Zielgruppenabgrenzungen, Begriffsinhalte, und Sprachmuster* zu formulieren. Wir gehen dabei davon aus, daß die Bindung von Wählern an die Sozialdemokratische Partei sich nur in geringem Umfang in einem ›Dafür- oder ›Dagegen‹ zu einem bestimmten politischen Sachbereich äußert, sondern in viel allgemeineren ›politischen Stimmungslagen‹ erfaßt werden muß.«¹¹⁶

Ab 1973 entwickelte Infratest eine eigene Wählertypologie als neue Grundlage der demoskopischen Arbeit und kommunikativen Umsetzung. Sie wich von bisherigen Vorstellungen insofern ab, als sie die Grundorientierungen der Menschen ins Zentrum der Beobachtung rückte. Ausgehend von der Vorstellung, daß Einstellungen die Reaktionen von Wählern auf ihre Umwelt bestimmen und das durch Kenntnis dieser Urteilsdisposition die Reaktion eines Wählers besser verstanden werden kann, wurden durch die Abfrage von 93 Statements (positive/negative Reaktion) entsprechende Einstellungsskalen faktorenanalytisch herausgearbeitet. Diese wurden zu »Urteilsdimensionen verdichtet« und zu homogenen Gruppen zusammengefügt. So wurden zunächst die drei Dimensionen »autoritär-passive Haltung«, »Bejahung demokratischer Normen« sowie »sozialistische/antisozialistische Haltung« dargestellt. Als weitere Dimensionen wurden berücksichtigt »Politik-Distanz (Politik wird als etwas empfunden, mit dem man selber nichts zu tun hat [...]), persönliche Unsicherheit, parteipolitische Bindung, Zukunftsoptimismus und soziales Vertrauen (Vertrauen darauf, daß einem zum Beispiel in der Not Menschen oder

Analyse und Folgerungen für die Arbeit der SPD, in: SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Godesberger Parteirat '77, 1977.

¹¹⁶ Riegger (Abteilung Öffentlichkeitsarbeit), »Wählerforschung beim PV«, 18. 6. 1973, AdSD PV 14279 (Hervorhebungen im Original). Dieser Text ging zusammen mit einer weiteren Ausarbeitung der Abteilung, »Strategische Überlegungen zur Formulierung einer konsistenten Öffentlichkeitsarbeit« als geheime Papiere ausschließlich an Willy Brandt, um die Planung für die Demoskopie und Öffentlichkeitsarbeit bis 1976 vorzubereiten, wie Börner an Brandt in dem angefügten Brief mitteilte, AdSD PV 14279. Zu der Herausbildung von Sprachmustern vgl. Kap. 4.2.c.

Behörden helfen).« Anschließend wurden durch erneute Faktorenanalyse acht Typen »politischer Grundhaltungen« definiert: »der demokratisch-kritische Sozialist, der autoritär-kritische Sozialist, der apolitische Ängstliche, der verbitterte Pessimist, der angepaßte Autoritäre, der aggressive Autoritäre, der selbstbewußte Individualist, der sichere Antisozialist«. ¹¹⁷ Nach diesen Typen richtete sich die Zielgruppenforschung grundsätzlich aus.

Mit dem Bruch der Fortschrittsvorstellungen im Laufe der siebziger Jahre und der demoskopisch verschobenen Sichtweise auf Grundeinstellungen relativierte sich daher die Sicht auf Zielgruppen. Sie waren bis ins Detail und in Bruchteilen von Prozenten zu berechnen, aber wichtig war ihr gemeinsamer Nenner in den Grundwerten, und dieser mußte angesprochen werden. Im Verlauf dieser Entwicklung ging die »Mitte« als erstrebenswertes Zentrum der Gesellschaft durch die demoskopischen Beschreibung bei der SPD im Rahmen der entstehenden Milieuforschung verloren: Das Sinus-Milieu beschrieb augenfällig eine Gesellschaft, in der Werthaltungen entscheidend waren und sich ein Zentrum vielleicht noch, aber eine Hierarchie wie in zuvor üblichen Gesellschaftsbildern nur schwer imaginieren ließ. ¹¹⁸ Auch das Streben zur gesellschaftlichen Mitte war damit als gesellschaftspolitische Vorstellung (wie noch bei Infas analysiert) hinfällig, ebenso die Arbeiterschaft als Kern der SPD: Die Milieus verwiesen auf spezifische politische Ordnungsvorstellungen von Gesellschaft. Diese fanden in den achtziger Jahren erstmals mit Hilfe einer großen Untersuchung zur Bundestagswahl 1983 ihren Ausdruck als Wunsch nach einer pluralen und nicht einseitig dominierten Wertorientierung in der Gesellschaft. ¹¹⁹ Zugleich verweisen die Milieus auf ein sozial gebundenes Wahlverhalten, bei dem feste Parteibindungen stärker herausgestellt, aber mit kulturellen Dispositionen respektive Lebensstilen als Ausdruck der jeweiligen Wertorientierungen verbunden wurden. Diese Bindungen und Orientierungen wurden eher bewußt übernommen und konnten von nur kurzer Dauer sein, da sie hier einzelne Lebensphasen beschrieben. In diese analytische Kategorie des Milieus schlich sich als Grundlage, in Abwandlung zu den Beobachtungen zweiter Ordnung von Infratest, jedoch die Vorstellung einer direkten Erkenntnismöglichkeit der eigenen Lage ein. Hier trafen die Demoskopien im Endeffekt auf die Spuren der wissenschaftlichen Selbstbeobachtung von Gesellschaft und zeichneten sie nach und wiederum vor: Gesellschaftliche Selbstbeobachtung durch Meinungsforschung war inzwischen zu einem Gemeingut geworden. In ihren Kategorien konnte jeder Zuschauer/Leser sich wiederfinden, damit identifi-

¹¹⁷ Zitate und Beschreibung der Methode: Infratest, »Politische Psychologie. Teilbericht 1: Wählermeinungen und Einstellungen im Mai 1974«, Anhang (Typologie); »Sozialpsychologische Indikatoren politischen Verhaltens, Bd. 1: Dokumentation und Interpretation von Infratest-Daten zur Hypothesenentwicklung«, September 1973, Bd. 3: »Inhaltsanalyse von Gruppendiskussionen und Explorationen«, Mai 1974; Bd. 4: »Skalen-Pretest, Präsentationsmaterialien« Februar 1974, S. 10 ff., 21 ff. (Faktorenanalyse und Typenbildung), alle im Unternehmensarchiv Infratest. Zum Kontext der Untersuchung vgl. Kap. 3.4.

¹¹⁸ Vgl. dafür SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Planungsdaten, 1984, Anhang.

¹¹⁹ Vgl. ebd.

zieren sowie davon abgrenzen, das heißt diese Kategorien auf sich anwenden. Die Befragten dürften so in der Lage gewesen sein, sich selber entsprechend dieser mathematischen Narrative zu verorten und in Anlehnung daran zu beschreiben. Eine Variante dieses Lernprozesses führte zu einer steigenden Zahl an Antwortverweigerungen, die zu Problemen der Repräsentativität bei Umfragen führten.¹²⁰ Die Aufächerung der Wählerschaft nach weit gestreuten Zielgruppen war somit Resultat der Verschiebungen des gesellschaftlichen Gefüges. Genauso trieb die neue Kategorisierung diese Veränderungen voran und machte die Beobachtungen explizit, die dann wiederum zur Neu-Identifikation zur Verfügung gestellt wurden. Zum einen zeigte sich damit, daß der demoskopische Diskurs sich erfolgreich auf gesellschaftliche Selbstbeschreibung ausgewirkt hatte, zum anderen wies die Klassifikations-schleife eine paradoxe Erscheinung auf mit der eigenen Zuschreibung zu den vorgegebenen Kategorien sowie der Anforderung einer individuellen Repräsentation.

Die Vorstellung einer Repräsentation von Bevölkerungsgruppen in der parlamentarischen Demokratie als soziale Einheiten löste sich auf zur Individualisierung des Wählers sowie seiner gleichzeitigen neuen sozialen Zuschreibung. Die an präskriptive soziale Gefüge gebundene Repräsentation wurde mittels der »Zielgruppen« zwischen dem Ende der sechziger und den siebziger Jahren erneuert, während zur gleichen Zeit die Idee der Repräsentation jedes einzelnen Staatsbürgers forciert wurde. Dieses wurde einerseits durch die Redeweisen der Ansprache zielgruppenspezifischer Bedürfnisse eingelöst, andererseits durch die desaggregierte »Verdatung« jedes Einzelnen neu konfiguriert.¹²¹ Durch eine mediengebundene Vereinzelung sowie die auf persönlich-individuelle Fragen ausgerichtete Ansprache unter dem Sammelbegriff der Partizipation erlebte die »Zielgruppe« einen Aufstieg. Demoskopisch war sie als sozialpsychologische Repräsentation zu erfassen. Die sozialtechnologische Einhegung der singulären Meinungen wurde über eine weiterhin auf soziale Lage und Herkunft bezogene, aber immer kontingente Setzung geleistet, die auf Wertungen und Lebensstil bezogen war. So verschob sich der Repräsentationsgedanke weiter auf individuelle, nach demoskopisch und sozialstatistisch frei zusammenstellbaren Einheiten ausgerichtete Repräsentationen, die sich als Fiktion einer individuellen Zuschreibung durchsetzten. Dieser noch nicht abgeschlossene Prozeß einer individuellen Repräsentation ist diskursiv zum einen verknüpft mit der Frage nach der Steigerung der politischen Partizipation, und zum anderen mit der postulierten »Politikverdrossenheit«. Darin wurde die Identifikationsmöglichkeit der Zuschauer mit den politischen Akteuren nach bestimmten Merkmalen wie Alter, regionale Herkunft u. a. demoskopisch eruierten Kategorien eingeklagt.¹²² Damit tritt an die Stelle der sozial gebundenen politischen Repräsentation deren Simulation über kontingente Zielgruppen einerseits und persönliche Zuschreibungsoptionen jedes

¹²⁰ Vgl. R. SCHNELL, *Nonresponse*, 1997; J. BREHM, *The Phantom Respondents*, 1993.

¹²¹ Diesen Begriff benutzt Link, um die Verschiebung der Bezeichnung »Normalität« in seiner Prozesshaftigkeit zu kennzeichnen: Vgl. J. LINK, *Normalismus*, 1999.

¹²² Vgl. als neuestes Plädoyer für die Annahme, Identifikation steigere Akzeptanz und Partizipation: Z. JUHÁSZ, *Die Bedeutung der Ähnlichkeit*, 2002.

Einzelnen andererseits, solange er oder sie sich mit dem angebotenen Spektrum der Umfrageergebnisse und daraus gebildeten Gruppen identifizieren mag.

Die Zielgruppe Frauen als unpolitische ›Restgröße‹

Alein die schiere Anzahl ließ Frauen seit ihrer Erlangung des Wahlrechts zu umworbenen Wählerinnen werden; sie stellten sowohl in der Weimarer Republik als auch in der Bundesrepublik die absolute Mehrheit der wahlberechtigten Bevölkerung, 1957 zum Beispiel 54 Prozent.¹²³ Die in Weimar eingeführten Ansprachen weiblicher Wähler mitsamt den Konnotationen des Frauenbildes tauchten als Elemente des politischen Diskurses in der Bundesrepublik wieder auf. Sie wurden weiterhin als homogene ›Subkultur‹ unter den zwei Kategorien ›Mutter‹ und ›moralische Instanz‹ beschrieben, die auf der Annahme beruhten, daß Frauen aufgrund einer natürlichen Veranlagung auf das Allgemeinwohl ausgerichtet waren.

In einer Variation dieser Ausrichtung auf das Gemeinwohl wurden Frauen von der CDU in den fünfziger Jahren als Trägerinnen der ökonomischen Verantwortung des Wiederaufstiegs (West-) Deutschlands in die Pflicht genommen, und zwar als Hausfrau.¹²⁴ Im Anschluß an die Beobachtung, daß christliche (und vor allem katholische) Wählerinnen ohnehin CDU wählten, ließ sich die CDU schnell überzeugen, daß die eher als wechselbereit beobachteten (protestantischen) Wählerinnen anzusprechen seien. Damit waren Frauen vor allem christlich konfessionell denotiert. An ihrer Religiosität (dem Kirchenbesuch) wurde ermessen, wie stark sie zur CDU tendierten. Die daraus resultierende Ausdifferenzierung zeigte, daß diejenigen Frauen, die nicht sehr religiös waren, anders angesprochen werden mußten, wenn sie als Wählerinnen gewonnen werden sollten.¹²⁵ Nachdem die CDU in der ersten Bundestagswahl Frauen mit religiösen Momenten angesprochen hatte, änderte sich dies also mit Hilfe der demoskopischen Beobachtung. Anzeigentests des IfD wiesen auf, daß Frauen sich nicht positiv zur Kampagne für die Akzeptanz der Sozialen Marktwirtschaft äußerten, so daß die Kampagne der »Waage« im Hinblick auf weibliche Wähler überarbeitet wurde.¹²⁶ Auf diese Weise wurde die traditionelle Beschreibung von

¹²³ Das wissenschaftliche Interesse drückte sich in geschlechterspezifischen Sonderauszählungen der Statistischen Ämter aus sowie in einer frühen Erforschung des Wahlverhaltens der Frauen: G. BREMME, Politische Rolle der Frau, 1956.

¹²⁴ Für die Auswirkungen des Frauenwahlrechts auf die Kommunikation der verschiedenen Parteien in den Wahlkämpfen der Weimarer Republik in Form von Frauenbildern, Thematisierung und Ansprache vgl. J. SNEERINGER, *Winning Women's Votes*, 2002, insbes. S. 269–282.

¹²⁵ Vgl. »Leitsätze für die Besprechung über Wahlpropaganda der CDU 1957«, ACDP VII-003–003/3. Zu demselben Ergebnis der nicht stark kirchlich gebundenen protestantischen Wählerinnen als wichtige Gruppe für Wahlentscheidungen kommt auch E. REIGROTZKI, *Soziale Verflechtungen*, 1956, S. 90 ff.

¹²⁶ Vgl. für die Werbung 1949 R. G. MOELLER, *Geschützte Mütter*, 1997, S. 134 f. Auch der sozialdemokratische Wahlauftritt benutzte diese Ansprache der Frauen. Vgl. Dokument 10, Anlage 3 zur PV-Sitzung vom 29./30. 6. 1949, W. ALBRECHT (Hrsg.), *Sitzungsprotokolle der Spitzengremien*, Bd. 3, 2003, S. 249 ff., hier 256 f.

Frauen als Unterstützerinnen des Allgemeinwohls mit dem Bild der weiblichen Konsumentin als Förderin des Wohlstandes der Bundesrepublik verknüpft.¹²⁷ Der Blick auf die Frau als im ökonomischen Sinne haushaltende Frau, die in den Umfragen angab, daß die Preisentwicklung für sie die dringlichste politische Aufgabe war, lieferte überzeugende Argumente, von religiös gefärbten Ansprachen abzusehen und statt dessen das familienbezogene ökonomische Handeln der Hausfrau zu einer wohlfahrtstaatlichen Aufgabe zu machen, um die entscheidenden Prozente an Wechselwählerinnen zu erhalten. Dieser Erkenntnis waren auch die ersten Wahlgeschenke 1953 geschuldet, die aus Sicht der CDU wahlentscheidend waren.¹²⁸ Damit waren auch die Geschlechterrollen der frühen Bundesrepublik mit der Frau als der Konsumentin und dem Mann als Produzenten deskriptiv wie präskriptiv festgelegt; sie prägten auch den Wahlkampf 1957. Mit der Umwerbung im Wahlkampf war jedoch keinerlei Anspruch an die Frauen verbunden, sich politisch zu engagieren.

Die SPD griff in ihrem demoskopischen Diskurs zwar im Laufe der fünfziger Jahre diese Dichotomie zwischen Konsument und Produzent auf, verband dies aber nicht konkret mit geschlechtsspezifischen Vorstellungen. Aus den statistischen Auswertungen insbesondere der Repräsentativauszählungen nach Geschlecht wurde geschlußfolgert, daß in jeder Wahl die Stimmabgabe der weiblichen Stimmberechtigten »sehr wesentlich« und daß aus den Wahlanalysen ein bestimmtes Wahlverhalten abzulesen sei. Dieses erweise sich als ungünstig für die SPD: »Mit dem Problem der weiblichen Wähler müssen wir uns intensiv beschäftigen, wenn wir bei den kommenden Wahlen zum Erfolg kommen wollen.«¹²⁹ So sah die SPD zwar dann 1956/57 entlang der Umfragen die Frauen als klare Protestgruppe an der »Preisfront«, doch besaß die SPD in ihrer Programmatik keinen Ansatz, der damit verbundenen Konsumentorientierung positiv zu begegnen und Wählerinnen zu gewinnen. Statt dessen setzte sie auf den Lerneffekt der Enttäuschung durch die CDU.¹³⁰ Differenzierungen fanden sich höchstens als ideologisch geprägte Beschreibungen wie »Jungwählerinnen, Industriearbeiterinnen, Metallarbeiterinnen, Frauen der Landwirte usf.«. Zur Umsetzung wurde des weiteren angemerkt: »Diese Gruppen zu erkennen, sollte nicht schwer fallen; entscheidender ist schon, sie zu erfassen.«¹³¹ Gemeint war die Erfassung nach Adressen, um sie direkt anzusprechen. Damit war die demoskopi-

¹²⁷ Zur Verknüpfung des ökonomischen Diskurses mit geschlechtsspezifischen Ansprachen sowie zur Ausprägung der Geschlechterrollen in der CDU der fünfziger Jahre vgl. M. E. SPICKA, *Gender, Political Discourse, and the CDU/CSU*, 2002; zum Frauenbild als Konsumentinnen in der Sozialen Marktwirtschaft vgl. E. CARTER, *How German is She?*, 1997, S. 45–76.

¹²⁸ Vgl. F. BÖSCH, *Die Adenauer-CDU*, 2001, S. 155f.

¹²⁹ Rundschreiben von Kukil an Leitungsgremien und Untergliederungen, März 1955, AdSD PV 01532.

¹³⁰ Vgl. Gleitze, *Transkript einer Tonbildfolge auf der Sondertagung vor dem Münchner Parteitag der SPD 1956*, AdSD 2/PVA]000382.

¹³¹ Zu den Bezügen vgl. *Notiz von Heine am 26.3.1956*, »Die SPD im Spiegel der Meinungsforschung«, AdSD 2/PVA]000194; für Zitat siehe [W. Hartenstein/K. Liepelt/G. Schubert], »*Bundestagswahl 1957, Ausgabe III: Vertraulich – Informationen, Hinweise Anregungen*«, Anlage 21: »Gezielte Werbung bringt den größten Erfolg«, S. 2, AdSD 2/PVA]000386.

sche Differenzierung bereits an ihr Ende gekommen, denn die SPD unterschied nicht zwischen Beobachtung und Operation – diejenigen, die beobachtet wurden, waren auch diejenigen, um die es der SPD ging.

Programmatisch bestand der Unterschied zwischen CDU und SPD darin, daß die politische Aktivität der Frau bei der CDU nicht gewollt und bei der SPD als politisches Bewußtsein Programm war. Allerdings war die Haltung der SPD gegenüber den Wählerinnen ambivalent. Politisches Interesse war einerseits gewünscht und tauchte auch als generelle Frage in den Umfragen auf, dies wurde trotz weiterer Interessensbekundungen aber nicht weiter thematisiert. In der traditionellen Thematisierung der Frauen hinsichtlich ihrer Ansprache kam zwar auch demoskopisches Material in Versatzstücken zur Beschreibung vor, es fand aber keine systematische Beobachtung ›der Frau‹ statt.¹³² Wie auch? ›Die Frau‹ war vorpolitisch konzipiert und konnte demnach kaum mit Kategorien politischer Demoskopie beobachtet werden. Frauen waren aufgrund der prinzipiellen Konstruktion des Wählers kaum eigenständig zu beobachten, da dieser nach dem über sein Arbeitsverhältnis vermittelten sozialen Status definiert wurde. Daher fanden sie ihren Platz in der demoskopischen Betrachtung nach Abhängigkeit ihrer arbeitenden Männer (als Ehefrau des Arbeiters) oder als gläubig (das heißt Konfession, nach Kirchenbesuch gemessen). Damit war die Frau über ihren Glauben, ihren Ehemann und ihre ökonomische Tätigkeit als Hausfrau, das heißt als Konsumentin, festgelegt, so daß klar schien, wie ihre Meinungsbildungsprozesse abliefen:

»Es wurde von dem Genossen Gleitze angeführt, daß der politische Gegner sich der gleichen Methoden bedient. Aber mit der Mathematik und der Statistik ist es nicht getan. Es wäre gut, durch die Ergänzung von psychologischen Gutachten in die Dinge einzudringen. Und dabei müssen wir das Schwergewicht auf den großen Frauensektor legen. Genosse Schultz gibt die Anregung, ein Plakat zu drucken: ›Sag Deiner Frau, wähle sozialdemokratisch!‹ Und dieser Appell muß über den Mann geschehen.«¹³³

Die Vorstellung einer in ihrer politischen Partizipation durch Männer, sei es Ehemann oder Pfarrer, fremdbestimmten Frau führte zurück zu einem allgemeinen Frauenbild in der Gesellschaft, das geprägt war von der Emotionalität und Irrationalität der Frau, die insbesondere in Fragen des Wahlverhaltens seit der Weimarer Republik eben als unberechenbar beziehungsweise unzuverlässig (aus Sicht der SPD also CDU wählend), da nach religiösen Gefühlen handelnd, galt. Die Frauen hatten schließlich diejenigen Parteien gewählt, die am meisten gegen das Frauenwahlrecht opponiert hatten. Ein entferntes Echo darauf fand sich in den internen Diskussionen

¹³² Auch ungefragt von außen eingesandte Umfragen und sogar interne Ausführungen änderten daran nichts: Vgl. »Exposé zu einer Untersuchung über ›die SPD im Urteil der Frau‹. Eine experimentelle sozialpsychologische Studie, einschließlich einer Konfrontierung mit der Beurteilung der CDU, durchgeführt an 400 Berliner Frauen«, von Norbert Hoheisel und Klaus Jahn aus Berlin«, AdsD 2/PVAJ000189; Bericht über die Analyse des weiblichen Wahlverhaltens 1957 im PV am 13. 12. 1957; Referate zur Frauenwahlwerbung im Ausschuß für Frauenfragen, AdsD 2/PVAJ000202.

¹³³ W. D. Schultz, wiedergegeben in indirekter Rede, auf der Sitzung des WPA am 11. I. 1953, S. 5, AdsD 2/PVAJ000303.

der SPD: »Wir wissen, wie wir benachteiligt sind durch das Frauenwahlrecht [...]«. ¹³⁴ Frauen waren demnach nur mit ›Psychologie‹ zugänglich, da sie über Emotionen gesteuert wurden und damit irrational handelten. ¹³⁵ Aktive Frauen in der SPD sahen das kaum anders: »Nicht nur wir Frauen, sondern auch die Männer müssen ihre Arbeit bei den Frauenwählerinnen etwas umstellen und mehr mit Gemüt arbeiten. Ihr seid vielleicht zu didaktisch, zu abstrakt.« ¹³⁶ Aus den Wählerverlusten bei Arbeiterinnen 1957 erwuchs die Erkenntnis, daß Frauen anders wählten als ihre Ehemänner. Dies änderte jedoch nichts an der Ambivalenz, zwar wissenschaftlich-demoskopische Erkenntnisse einzufordern, diese aber nicht umzusetzen. ¹³⁷ Es blieb dabei: Frauen waren »unpolitisch« und emotional, so daß man genau darauf zielen mußte, wollte man sie gewinnen: »Im besonderen Maße trifft die Feststellung, daß die emotionale Festlegung auf eine Partei das Wahlverhalten entscheidend beeinflußt, auf die Frauen zu.« Als Gegenpol hierzu fungierte das Bild von »politisch interessierten und aktiven [männlichen] Wählern«. ¹³⁸

Da alle direkten Wege der Ansprache verstellt zu sein schienen, kam man mit Hilfe der demoskopischen Erkenntnis durch Infas auf die Lösung. Die Familie (die »Primärgruppe«) sei die wichtigste Instanz der Meinungsbildung, daher blieben nur noch Massenkommunikationsmittel als Option für den »Einbruch in die Meinungsbildung der Familie«: »Wir müssen mit Schwerpunkt auf die Frauen die deutsche Familien-Illustrierte entwickeln.« ¹³⁹ Dies entsprach weiterhin den gängigen Vorstellungen der ohnehin unpolitischen Wählerschaft, bei der die Frauen die passive Mehrheit bildeten, auch wenn dank weiterhin durchgeführter Sonderauszählungen nach Geschlecht anerkannt wurde: »Frauen verhalten sich als Staatsbürgerinnen und Wählerinnen differenziert, genauso wie die Männer.« ¹⁴⁰ Eine erste Untersuchung zum Wahlverhalten von Frauen wurde 1962 als eine regionale Untersuchung in Köln durchgeführt, die im Ergebnis auf generelle Fragen der politische Sozialisation und des Kommunikationsverhaltens von Frauen anhand der Bereiche Familie, Beruf und Politik verwies. Hintergrund der Studie »Untersuchung des Wahlverhaltens von Frauen in Köln« bildete eine Sonderauszählung nach Geschlecht zur Bundestagswahl 1961, die Infas zur Auswertung nutzen und dazu eine repräsentative Umfrage durchführen wollte. Allerdings gab es Probleme, das benötigte Material zusammenzustellen und die Daten der Stimmbezirke auf »statistische Bezirke« zu übertragen, um sie mit sozialstrukturellen Daten vergleichen zu können, daher verzögerte sich

¹³⁴ Heine mit Überlegungen zu Zielgruppen für den Wahlkampf 1957, Protokoll der WPA-Sitzung am 8. 12. 1955, S. 4, AdsD 2/PVA]000304.

¹³⁵ Vgl. dazu Karl Anders, »Werbeaktionen 1960«, [Februar 1960], AdsD NL Anders 4.

¹³⁶ Katharina Kleikamp im WPA am 28. 9. 1956, S. 9, AdsD 2/PVA]000304.

¹³⁷ Vgl. Diskussion im WPA am 11. 11. 1958, S. 14, AdsD 2/PVA]000305. Ollenhauer wies auf die jungen Frauen als SPD-Wähler besonders hin, Wahlanalyse vor PV, Parteausschuß am 14. 12. 1957.

¹³⁸ Karl Anders, »Werbeaktionen 1960«, [Februar 1960], AdsD NL Anders 4.

¹³⁹ Karl Garbe im Planungsstab am 21. 11. 1962 mit Blick auf den Wahlkampf 1965, AdsD 2/PVAR000021.

¹⁴⁰ Notizen Karl Anders, »Einige Bemerkungen zum Thema: ›Frauen und die Bundestagswahl‹«, 23. 11. 1961, ebd.

die Fertigstellung der Untersuchung.¹⁴¹ Doch 1964 wurden die Ergebnisse in verschiedenen Gremien vorgetragen und rezipiert.¹⁴² Die Aussicht auf verbesserte Wahlchancen bei Frauen verstärkte das Interesse an ihnen. Es entwickelte sich zu einem Ritual, in den Wahlanalysen der Führungsgremien auf die Situation des Überhangs an weiblichen Wahlberechtigten, ihre Tendenz zur CDU und die verbesserten Ergebnisse bei einer bestimmten Altersschicht von Frauen (oder den schlecht bleibenden Aussicht in anderen Jahrgängen) als ein allgemeines Problem hinzuweisen, das anzupacken sei.¹⁴³ Allerdings wurde diese Feststellung im Laufe der sechziger Jahre immer dringlicher vorgebracht, als die weiblichen Stimmen für die SPD mit drei bis vier Prozent pro Wahl anzusteigen begannen.¹⁴⁴ In der Folge wurden Frauen häufiger direkt im Wahlkampf angesprochen. Allerdings ergaben sich Unsicherheiten mit der Umgangsweise, wie zum Beispiel an der Diskussion darüber, ob Frauen im Wahlauf Ruf der SPD 1965 explizit genannt werden sollten oder nicht, deutlich wurde.¹⁴⁵

Diese demoskopische Unauffälligkeit der Frauen in Hinsicht auf politische Meinungen irritiert, da die Demoskopie eigentlich damit angetreten war, Meinungen jenseits aller Bindungen und durch Einhegungen berechenbar zu machen sowie infolge zur Bearbeitung beizutragen. Diese ›Sprachlosigkeit‹ zeigte die Grenzen der Demoskopie auf, da sich erwies, daß sie nur abzufragen in der Lage war, was sich im Rahmen der Vorstellungen der Auftraggeber befand. Die Codierung ›der Frau‹ als nicht arbeitend und religiös (gemeint: klerikal gelenkt), also kommunikativ anders strukturiert und somit unzugänglich für die SPD, produzierte einen blinden Fleck. Hier zeigte sich, daß immer noch ausdrücklich politische Meinungen nach den Maßstäben der SPD (wie auch der CDU) gefragt waren, die den demoskopischen Diskurs ausmachten. Die Zuschreibung von unpolitisch/emotional machte sie in einer Art Zirkelschluß politisch meinungslos, also nicht abfragbar. Nur in Kontexten spezifischer Fragen (und zwar in beiden Parteien) wurden diese emotionalen Meinungen als wahlentscheidend und damit als politisch relevant beachtet. Dies galt für Fragen des wirtschaftlichen Haushaltens wie auch für Umfragen zur Wiederbe-

¹⁴¹ Vgl. für späte Veröffentlichung der Studie, die von der Mitarbeiterin Karin Raschig, später Zapf, durchgeführt wurde: Infas-Report, »Frauen und Öffentlichkeit« (30. 4. 1965); zum Verlauf vgl. Protokoll des Präsidiums am 4. 12. 1961 und Vermerk Castrup (Mitarbeiter von Wehner) an Wehner am 13. 12. 1961; Brief Liepelt an Ollenhauer u. a. am 11. 1. 1962 und am 17. 1. 1962, AdSD 2/PVAH000042; Vermerke Liepelt an Wehner am 19. 5 und 10. 9. 1962, AdSD PV 2570; Liepelt an Wehner am 8. 9. 1964, AdSD PV 2558.

¹⁴² Vgl. beispielsweise den Bericht von Klaus Liepelt »Frau und Politik« für den SPD-Landesverband NRW 1964, HStA Ddorf RW 138, 179.

¹⁴³ Vgl. als Beispiele für entsprechende Aussagen, man müsse mehr tun, Ollenhauer auf den Sitzungen des PV und Parteiausschuß am 14. 12. 1957 und auf den Sitzungen von PV und Parteirat am 20. 9. 1961; Brandt mit dem fast resignativen Hinweis, daß mal wieder Frauen die Wahl entschieden hätten, auf Sitzungen des PV und Parteirat am 25. 9. 1965.

¹⁴⁴ Vgl. männliche und weibliche Zweitstimmen. G. A. RITTER/M. NIEHUS, Wahlen in Deutschland, 1991, S. 168 ff.

¹⁴⁵ Für die Diskussion vgl. Sitzung von PV und Parteirat am 14. 8. 1965; Diskussion im Präsidium am 13./14. und im PV am 15. 7. 1966; Brief Wehner an Liepelt am 25. 2. 1966, AdSD PV 2558.

waffung und zur Einführung der Wehrpflicht. Hier tauchte im Hintergrund das Bild der ›Mütterlichkeit‹ als übergeordnete Charaktereigenschaft auf, worüber die Meinungen politisiert und demoskopisch sichtbar gemacht wurden.¹⁴⁶

Diese demoskopische Ausblendung verlor sich erst seit Ende der sechziger Jahre im Rahmen der allgemeinen Politisierung der Gesellschaft. Nicht unwichtig dabei war für die SPD der Wechsel zu Infratest als einem neuen, gänzlich kommerziell ausgerichteten Institut, das fast naiv bereits längst erkannte Probleme im Anschluß an Untersuchungen über Arbeitnehmer sowie deren Angehörige neu zu definieren begann¹⁴⁷:

»U. a. zeigte sich dabei [bei der Zielgruppenbestimmung, A. K.] das Problem, daß Frauen für die SPD schwerer anzusprechen sind als für die CDU/CSU, nicht als ein allgemeines und vages ›Phänomen‹ gelten darf, sondern daß bestimmte soziale Verhältnisse in kleinen und mittleren Gemeinden der Bundesrepublik hier eine wesentliche Rolle spielen.«¹⁴⁸

Infratest stellte zu dieser neu entdeckten Zielgruppe desweiteren klar,

»[...] daß man nach den vorliegenden Untersuchungen nicht mehr generalisierend von ›dem‹ Frauenproblem sprechen kann. Wie auf vielen anderen Gebieten, ist auch hier eine eingehende Differenzierung notwendig. Es genügt nicht mehr, nur über die Notwendigkeit dieser Frauenarbeit zu sprechen.«¹⁴⁹

Den Ansprachemöglichkeiten wurde in Gruppendiskussionen bei Hausfrauen, berufstätigen Frauen, Hausfrauen/berufstätigen Frauen im Ruhrgebiet sowie bei einer Gruppe weiblicher Katholiken nachgegangen.¹⁵⁰ Somit wurden vier von zehn Explorationen ausschließlich auf Frauen ausgerichtet, jedoch wurden sowohl die traditionelle Differenzierung nach Konfession wie auch das stärkere Gewicht der Berufstätigkeit deutlich. Letzteres war darauf zurückzuführen, daß im Laufe der sechziger Jahre die weibliche Erwerbsquote stark durch die 1961 eingeführte Möglichkeit zur Teilzeitarbeit angestiegen war.¹⁵¹ Frauen wurden für die SPD damit demoskopisch erstmals als »wesentliche Zielgruppe« im Wahlkampf 1969 entdeckt, und zwar der Teil,

»[...] der in mittleren und kleinen Gemeinden wohnt, mit sozialdemokratischen männlichen Wählern verbunden ist, unter dem Einfluß verschiedener äußerer Faktoren dennoch nicht sozialdemokratisch wählt.«¹⁵²

¹⁴⁶ Vgl. D. BALD, Atombewaffung, 1994, S. 106 f.; vgl. dazu auch einen Diskussionsbeitrag im Bundesvorstand der CDU am 20. 9. 1956, G. BUCHSTAB, Protokolle 1953–1957, 1990, S. 1053, 1061 ff.

¹⁴⁷ Vgl. Infratest, »Die Familienangehörigen von Arbeitnehmern. Tabellenband I«, Sept.–Oktober 1968, Unternehmensarchiv Infratest; Sitzung von PV und Parteirat am 27./28. 6. 1969.

¹⁴⁸ »Untersuchungsprogramm Infratest«, Punkt 3: »Analyse der Wählerzielgruppen für den Bundestagswahlkampf«, AdSD Dep. Schmidt 5191.

¹⁴⁹ Ebenda.

¹⁵⁰ Vgl. Trend [Infratest], »Wählerforschung für die SPD, Endbericht, Februar 1968, AdSD PV 02040.

¹⁵¹ Für die Debatte zur Frauenerwerbstätigkeit insbesondere für verheiratete Frauen vgl. C. v. OERTZEN, Teilzeitarbeit, 1999, insbes. S. 229 (Tabelle zum Anstieg der Teilzeitarbeit).

¹⁵² Infratest, »Wählerforschung Bd. A: Einführung und Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse des Untersuchungsprojektes 1968«, Dez. 1968, S. 9, Unternehmensarchiv Infratest. Ausgeführt findet sich diese Zielgruppenanalyse in dem Band »Wählerforschung Bd. 2.: Quantitative und quali-

Es änderte sich damit zunächst nicht viel: Immer noch galt die politische Einflußnahme durch den Mann als bedeutsam, ebenso wie die Kirchenbindung als entscheidendes Element der Wahlentscheidung aufgefaßt wurde. Dieses war vor allem noch in kleineren Gemeinden wirksam, in denen sich dieser nun dezidiert als Wertvorstellung aufgefaßte Faktor auch auf die nicht stark kirchlich gebundenen Wählerinnen übertrug. Die Wahlentscheidung fiel aus Gewohnheit, aber nicht aufgrund einer Bindung an die CDU oder aufgrund von politischer Information. Sie wurden dementsprechend nicht als ansprechbar über die Massenmedien, vor allem nicht über einen sachpolitisch geführten Wahlkampf, erachtet, so daß Infratest einen »Persönlichkeitswahlkampf« und »Hausbesuche« empfahl.¹⁵³

Das Institut differenzierte Frauen anhand wertorientierter Sichtweisen auf politische Verhältnisse aus, so daß wiederum mit Hilfe dieses Ansatzes spezifische Zielgruppen aus anderen Gruppen heraus entwickelt wurden. So wurden Frauen aus der Mittelschicht als Ehefrauen der Zielgruppe »Mittlere Angestellte und Beamte und deren Angehörige« als schichtspezifische Variante der oben genannten Definition der Zielgruppe herauspräpariert.¹⁵⁴ Beziffern vermochte Infratest diese Gruppe nicht, sprach ihr aber große Bedeutung zu, die (im Gegensatz zu den Ehefrauen der Arbeiter) über das Einfallstor der Massenmedien angesprochen werden sollten und nicht mehr wie zuvor lediglich durch eigene Publikationen wie die Wahl-Illustrierte 1965.¹⁵⁵ Und letztlich wurden Frauen unter den Jungwählern als spezifisch zu bewerbende Gruppe entdeckt¹⁵⁶, so daß der Wahlkampf 1969 zu einem großen Teil auf frauenspezifischen demoskopischen Überlegungen zwar aufbaute, aber in der Werbung kaum umgesetzt wurde.¹⁵⁷

Erst mit steigenden Wählerzahlen und der allgemeinen Politisierung wurden Frauen eigentlich »demoskopiefähig«. Sie erhielten 1972 eine eigene Repräsentativerhebung unter dem Rubrum der Einstellungen zur Reformpolitik der SPD. Diese von Infratest durchgeführte Studie sollte klarstellen, inwiefern Frauen die Politik der Bundesregierung befürworteten. Damit sollte die Reichweite der Ansprachemöglichkeiten ausgelotet werden, denn zum einen galten sie immer noch als konservativ, als Reformen ablehnend, während andererseits Brandt als Wahlmagnet galt.¹⁵⁸ In

tative Bestimmungen von Wählerzielgruppen für Wahlkampf und Öffentlichkeitsarbeit«, Dez. 1968, S. 65–68, AdsD PV 02042.

¹⁵³ Ebenda.

¹⁵⁴ Vgl. ebd., S. 63–65.

¹⁵⁵ Vgl. für den Zusammenhang von geringer Kirchenbindung und Massenmedien, ebd., S. 65–68, 26.

¹⁵⁶ Vgl. für die Zielgruppe der Jungwähler den Hinweis in dem Band A der Wählerforschung und den darauf bezugnehmenden Vorschlag von Willy Brandt an Wischniewski am 6.1.1969, AdsD 2/PVAR000049. Die Quelle findet sich auch abgedruckt in Quelle Nr. 79, W. BRANDT, Auf dem Weg, 2000, S. 424 ff.

¹⁵⁷ Vgl. für die Ansätze und die Enttäuschung K. SCHÖNHOFEN, Wendejahre, 2004, S. 514–534, insbes. S. 590 und 673 f.

¹⁵⁸ Vgl. Infratest, Frauen und Reformpolitik '72. Analyseband I und II, AdsD 1/AMAD000229. Für die Bezüge von Brandt zu den Wählerinnen vgl. D. MÜNDEL, Willy Brandt, 2005; für politische Akteure vgl. Kap. 4.2.d.

zwei Analyseebenen wurde dies ausgebreitet und dabei die Demoskopie psychologisch erweitert, da die üblichen Erfassungskategorien nicht ausreichten, um die Determinanten des Wahlverhaltens adäquat zu erfassen. In der Politisierung der Frauen nahm insbesondere ihre rechtliche Stellung in der Gesellschaft einen wichtigen Aspekt demoskopischer Erfassung ein. Der weibliche Körper wurde erneut im Rahmen des Bildes von Mütterlichkeit thematisiert, und zwar in Form der Debatte über den § 218. Die Diskussion um die Reform des Abtreibungsgesetzes wurde heftig geführt und brachte eine recht hohe Anzahl demoskopischer Untersuchungen hervor.¹⁵⁹

1972 erreichte die SPD erstmals einen Gleichstand zwischen männlichen und weiblichen Wählern, sowohl in Umfragen wie auch in der Bundestagswahl. Bei der Bundestagswahl ergab sich in den Zweitstimmen ein hauchdünner Unterschied im Wahlverhalten der Frauen zugunsten der CDU/CSU mit 46 gegenüber 45,7 Prozent bei der SPD.¹⁶⁰ Diese Entwicklung bescherte einen neuen perspektivischen Schwerpunkt bei den Umfragen, da nun der Geschlechterunterschied mit dem Umschwung zur SPD wichtiger wurde und die SPD sich selbst als »keine Männerpartei« mehr sah.¹⁶¹ Das Jahr 1972 wurde zur Zäsur in der demoskopischen Betrachtung der Frauen, deren Differenzierung nun auch bis hin zur geschlechterspezifischen Untersuchung von Auszubildenden im Rahmen der Diskussion von Lehrlingsbewegung und Ausbildungsabgabe von Unternehmen reichte.¹⁶² Aber nicht nur innerhalb der Parteien führte diese Wahl zum Umdenken im demoskopischen Blick auf Frauen, auch in der Wahlforschung wurde nun generell attestiert, daß sie dort bis dahin insgesamt »unteranalysiert« geblieben waren. Damit übertrug sich auch die Emanzipationsbewegung in die Forschung, die nun die Frage der spezifischen (männlichen) Sicht auf weibliches Wahlverhalten offen als Problem diskutierte.¹⁶³

Im demoskopischen Diskurs in der CDU wurden Frauen zunächst mit einem ähnlichen Frauenbild und ebenso wie in der SPD mit der Begründung der Wählermehrheit und der unpolitischen Haltung als wichtige Wählerreserve ausgemacht,

¹⁵⁹ 1971 führten Infas und das IfD Sonderuntersuchungen für das Bundeskanzleramt durch: BA B 145/6882 (Infas); BA B 145/6884 (IfD); vgl. auch Infratest, »Auswirkungen von Regierungsvorhaben auf das Wählerpotential der Parteien« (1973), Unternehmensarchiv Infratest.

¹⁶⁰ Vgl. G. A. RITTER/M. NIEHUS, Wahlen in Deutschland, 1991, S. 168 ff.; Brandt im PV zur innenpolitischen Lage am 20. 3. 1972, bei der er den demoskopischen Gleichstand aus den Ergebnissen der Februar-Umfrage verkündete, nochmaliger Hinweis am 13. 11. 1972 im PV auf gute Chancen bei Frauen.

¹⁶¹ Vgl. z. B. die Zusammenfassung »wichtiger Ergebnisse aus dem Infratest-Politik-Barometer Oktober 1972« und einer Eilbefragung Anfang November, die die Wiederwahl Brandts nun als gesichert darstellte, AdSD 1/AMAD000222; zur Behauptung des Abschieds von der Männerpartei vgl. Vorlage der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Ref. Wählerforschung für PV-Sitzung am 16. 2. 1975.

¹⁶² Vgl. Infratest und Arbeitsgruppe Sozial-Psychologie, »Sozialpsychologische Indikatoren politischen Verhaltens, Bd. 3: Inhaltsanalyse von Gruppendiskussionen und Explorationen«, Mai 1974, Unternehmensarchiv Infratest.

¹⁶³ Vgl. für das Zitat M. R. LEPSIUS, Wahlverhalten, 1973, S. 296. Infas antwortete darauf sofort, wobei es jedoch Lepsius eben diese vorurteilsbelastete Sicht, die er nicht vertrat, ankredite: K. LIEPELT/H. RIEMENSCHNITZER, Wider die These, 1973.

deren Wahlbereitschaft erhalten oder gesteigert werden sollte.¹⁶⁴ Damit blieben Frauen eine ständig präsente, aber nicht näher beobachtete Größe für die Zustimmungsmaximierung der CDU. Ihre demoskopische Entdeckung gelang der Partei erst mit dem drohenden Schwinden der Wählermasse Frau, das erstmals 1965 ausgemacht wurde:

»Ferner besteht eine Abwanderung unter den Frauen, die uns sehr ernst stimmen muß. Denn gerade die Frauen pflegen ihre politische Zuordnung über größere Zeiträume treu durchzuhalten. Verlieren wir also eine größere Gruppe weiblicher Wähler, so würde das einen Wählerverlust für die CDU auf längere Zeit bedeuten.«¹⁶⁵

Am Ende wurde lapidar festgestellt, daß sich die Anhängerschaften von CDU und SPD bei Männern und Frauen ähneln.¹⁶⁶ Auch hier lassen sich Ähnlichkeiten zum demoskopischen Diskurs der SPD ausmachen, da dort ebenfalls lediglich eine Orientierung an den langfristig festgelegten Stammwählern und möglichen Wechselwählern gelang. Erst nach der Wahl 1969 wurde im Zuge einer sich verändernden politischen Verhaltensweise eine dezidierte Analyse der Frauenstimmen gefordert, nachdem sie in der Vorbereitung wie in anderen Beobachtungen zuvor auch als besonders unentschieden oder als nicht wählend eingestuft worden waren.¹⁶⁷ Und obwohl in den Wahlanalysen Frauen (»junge Jahrgänge« insgesamt und »Frauen mittlerer Jahrgänge«) besondere Aufmerksamkeit geschenkt und sie als Probleme ausgemacht wurden, fand keine differenzierende demoskopische Beobachtung statt. Die Analyse lief auf folgendes hinaus:

»Bei den Frauen beginnt sich die traditionelle Haltung gegenüber der CDU/CSU stark zu ändern. Die Resonanz der CDU/CSU hängt aber wesentlich von der generellen Überzeugungskraft der Partei und ihrer politischen Erfolge ab. Sie muß vor allem wieder Sicherheit und Stabilität gewährleisten. Es geht weniger um Sondermaßnahmen gegenüber Frauen.«¹⁶⁸

¹⁶⁴ Vgl. Otto Lenz, Rede »Das politische Klima in der Bundesrepublik« vom 6. 9. 1952 vor dem CDU-Bundesausschuß, ACDP I-172-009 (2); für Gemeinsamkeiten in den Frauenbildern bei CDU und SPD vgl. R. G. MOELLER, *Geschützte Mütter*, 1997, S. 172 f.; vgl. für die Wählerreserve »Wichtig für die Wahlen«, Schlüsse aus einer Sonderbefragung für die Landtagswahlen in Baden-Württemberg, 1956, ACDP VII-004-149/1.

¹⁶⁵ Gerhard Elschner, »Zur Wahl- und Werbekonzeption der CDU 1965«, Punkt 1.3.2, ACDP VII-003-069/1.

¹⁶⁶ Vgl. Kurzprotokoll der »wissenschaftlichen Arbeitstagung zur Auswertung der Bundestagswahl 1965«, März 1966, S. 3, ACDP VII-003-012/3.

¹⁶⁷ Vgl. für Vorbereitung des Wahlkampfes Manuskript eines Vortrags (»Kurze Unterrichtung über die wichtigsten Leitlinien für den Bundestagswahlkampf 1969«) von Bruno Heck vor Bundestagsfraktion, (20. 3. 1969), ACDP VII-003-016/1, S. 9; Ausführungen Werbeagentur Dr. Hegemann, »Arbeitsgrundlagen für die inhaltliche und formale Gestaltung der CDU-Werbung zur Bundestagswahl 1969, ACDP VII-003-093/2; zuvor z. B. auch Zusammenstellung von Hans Bachem, »Die Nichtwähler«, 19. 10. 1964, ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet).

¹⁶⁸ Gerhard Elschner, »Praktische Folgerungen aus den Analysen des Bundestagswahlergebnisses von 1969 für die CDU«, ACDP VII-003-068/1. Für eine Sonderbeobachtung verschiedener Gruppen bei der Nachwahluntersuchung durch IfM/Getas vgl. Vermerk Kraske für Elschner am 3. 11. 1969, ACDP BGSt Kraske: WIKAS, Ordner 9 (unverzeichnet). Vgl. ähnlich auch Wahlanalyse des SFK 1972: W. KALTEFLEITER, Bundestagswahl 1972, 1973, hier S. 14 f.

Demnach waren Frauen entweder nicht wichtig oder erst gar nicht direkt ansprechbar, sondern nur mittels spezifischer Leistungen, zum Beispiel der Ausstrahlung von Sicherheit, zu überzeugen.

Eine in der Nachwahluntersuchung angelegte demoskopisch differenzierende Beobachtung des »politischen Verhaltens der Frauen in der Bundesrepublik« fand hauptsächlich in der Frauen-Union Widerhall, die auf dieser Grundlage auf eine größere und stärker differenzierte Betrachtung der Frauen drang und damit einen anderen Akzent in der Frauenpolitik sowie der organisatorischen Einbindung von Frauen in der CDU verband.¹⁶⁹ Diese Forderungen wurden neben einem anfänglich stärkeren Engagement des WIKAS beziehungsweise SFK und der Akademie Eichholz in der Festlegung der demoskopischen Schwerpunkte durch die CDU-Führung unterstützt, erfuhren dann aber keine Umsetzung, was in den folgenden Jahren zu Verstimmungen zwischen dem SFK, der Frauenvereinigung und der Bundesgeschäftsstelle führte.¹⁷⁰ Erst nach der Wahl 1976 erfolgte ein erneuter Anlauf, eine eigene Untersuchung zum »politischen Verhalten und Entscheiden von Frauen« durchzuführen.¹⁷¹ Das SFK hatte lediglich exaktere Analysen des Wählerinnenverhaltens 1972 bis 1978 durchgeführt, während das IfD im Rahmen seiner Wahlkampfberatung 1976 Defizite (Bildungschancen und Gleichberechtigung) bei der konservativen Ansprache von Frauen, auch mit einem eigenen Bericht zu dieser Zielgruppe, aufgezeigt hatte.¹⁷² Dort hielt es sich nicht mit soziologischen Gruppenbildungen auf, sondern stellte – wie schon in den fünfziger Jahren – Verknüpfungen von Wertvorstellungen und Themen heraus.¹⁷³

Entsprechend den konservativen Grundannahmen im Frauenbild blieb die Betrachtung von Frauen auf eben dieses vorpolitische Frauenbild fixiert, das an Werten ausgerichtet ist, die dem Politischen über- beziehungsweise vorgeordnet sind. Da Frauen mit Wertvorstellungen verbunden wurden, wurde politisch zwischen Beobachtung und Operation unterschieden, um die ansprechbaren Potentiale dieser Wertvorstellungen politisch abschöpfen zu können. Dies bedeutete, daß Frauen zwar ein Emanzipationswille zugestanden wurde, die Rolle der Frauenpolitik aber nicht als dringliches Thema erachtet wurde. Im Ergebnis wurden Frauen aufgrund einer abnehmenden Kirchenbindung und damit korrelierten Wechselbereitschaft in

¹⁶⁹ Vgl. »Ergebnisse und Schlussfolgerungen der Wahlanalyse bei den Frauen (Teil IV und V der dem Hauptausschuß vorgelegten Wahlanalyse)«, Brief von Aenne Brauksiepe (Vorsitzende der Frauenvereinigung) an den Bundesvorstand der CDU am 20. 4. 1970, ACDP VII-003-025/2; Untersuchung von Dorothea Schneider (Mitarbeiterin des WIKAS/SFK) in veröffentlichter Form: D. SCHNEIDER, Politik und ihr Stellenwert, 1972.

¹⁷⁰ Vgl. Vermerk Werner Peters für Rüdiger Göb am 29. 9. 1970 zu Untersuchungen des SFK 1971, ACDP VII-001-063/5.

¹⁷¹ Vermerk von Wagner am 6. 6. 1979 an BGF und BGSt zur Frauen-Studie, die vom Vorstand nicht gewollt wurde, wie der Vermerk unterstellt, ACDP VII-3600 CDU-BGF, Abtl. Analysen: Umfragen (unverzeichnet).

¹⁷² Vgl. IfD, »Vergessene politische Themen«, 18. 8. 1976, »Die CDU/CSU und die Frauen«, 2. 8. 1976, ACDP VII-1682 Allensbach: Politische Berichte (unverzeichnet).

¹⁷³ Vgl. für Themen und Begriffe insbesondere durch das IfD in den siebziger Jahren Kap. 4.2.c.

Kohorten zusammengefaßt und nach einzelnen gesellschaftlichen Themen ausgerichtet, bei denen eine besondere Affinität der Frauen ausgemacht wurde – die spezifische Ansprache drückte sich demnach vielmehr durch eine Nicht-Ansprache aus, die sich in den achtziger Jahren mit steigender Wählerinnenanzahl auszahlte. Auf diese Weise beschränkte sich der demoskopische Diskurs zu Frauen auf die Wertvorstellungen der CDU/CSU und entwickelte sich damit gerade durch seine parteigebundene Perspektive sowie die vorpolitische Konzeptionierung von Frauen parallel zu dem der SPD.

Ganz im Gegensatz zur CDU setzte die SPD ab Mitte der siebziger Jahre auf die direkte Ansprache von Frauen. Unter dem Eindruck der gewachsenen Wählerschaft und des raschen Mitgliederzuwachses insbesondere zu Beginn der siebziger Jahre (1974: 30 Prozent) wurden Frauen zum erklärten Hauptziel der folgenden Bundestagswahlkämpfe und auch zu einem Thema innerhalb der Partei, denn die Zuwächse sollten sich auch im Aktivitätspotential der Frauen niederschlagen.¹⁷⁴ Während die SPD die hohe Zustimmung der Frauen für die folgenden Wahlen bis 1980 sichern konnte und dann in der Gunst der Frauen wieder absank, erhielt sie ihren Anteil an weiblichem Mitgliederzuwachs bis 1990.¹⁷⁵ Diese als »nachholende Politisierung« (Josef Boyer) der Frauen beschriebene und als Konsequenz des sozialen Wandels betrachtete Entwicklung sorgte für eine stärkere Interessenvertretung der Frauen. Nachdem 1978 aus der Mitglieder- und »Kommunikationsstudie« hervorgegangen war, daß sich die Bereitschaft zum Engagement und tatsächliche Ämter/Mandatsbesetzung durch Frauen bei weitem nicht deckten, wurde die Idee einer Frauenquote aufgebracht. Diese entwickelte sich zu einem heftig umkämpften innerparteilichen Thema und zum Symbol strukturell frauenfreundlicher Organisationspolitik in den achtziger Jahren. Aufgrund der Annahme, daß die persönlichen Kennzeichen der politischen Akteure mit entscheidend seien für die politische Zustimmung oder Identifikation mit einer Partei, wurde für eine stärkere Repräsentation von Frauen argumentiert.¹⁷⁶ Damit kam das »Vorbild«-Argument ins Spiel, das auch anderen gesellschaftlichen Einzelgruppen den Weg für das Einklagen ihrer Vertretung ebnete und auf eine individuell-gruppenspezifische Repräsentation abzielte, die mit Hilfe von Umfragen diese Gruppen sichtbar und mit Hilfe der Zahlen sprachfähig machte. In diesen Kontext ist die spezifische Beschäftigung mit Frauen als Wählerinnen in sozialwissenschaftlicher und demoskopischer Hinsicht zu stellen, die in den achtziger Jahren ihren Zenit erreichte und mit der die SPD Wählerinnen halten und

¹⁷⁴ Vgl. Sprechzettel Holger Börner für eine Rede vor der Bundestagsfraktion am 23. 6. 1976 und Briefentwurf ohne Datum, AdSD PV 13889. Zu letzterem vgl. folgendes Teilkapitel zur Mitgliedschaft.

¹⁷⁵ Vgl. J. BOYER, *Die SPD in der Gesellschaft*, 2001, S. 117.

¹⁷⁶ Der Vorschlag der Frauenquote taucht erstmals im Diskussionspapier für die Folgen aus den Ergebnissen der Kommunikationsstudie auf. Vgl. Vorlage für PV-Sitzung am 27. 2. 1978; Infratest, »Kommunikationsstudie zur SPD-Organisation: Funktionsbefragung, Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse«, Oktober 1977, S. 18; für die Daten selber siehe das Gutachten »Sozialstruktur von Mitgliedern und Funktionären« (Band 7: Analyse), S. 15f.

gewinnen wollte. Vor allem potentielle Wählerinnen der Grünen wurden beachtet und diese Perspektive mit Fragen nach der Glaubwürdigkeit der Partei in Bezug auf die »Gleichberechtigung der Frauen« verbunden, da »[...] speziell für die jüngeren Frauen [...] die Glaubwürdigkeit dieses Engagements davon ab[hängt], daß mehr Frauen als bisher in den Parteien die Gelegenheit erhalten, Interessen der Frauen durchzusetzen und Politik von Frauen für Frauen zu machen.«¹⁷⁷ Der zweite Schwerpunkt zielte unter dem Schlagwort Vereinbarkeit von Familie und Beruf auf die Stimmen, die aufgrund einer konservativen Wertediskussion wieder zurück zur CDU wanderten.¹⁷⁸

Demoskopische Befunde beschrieben Wählerinnen in unterschiedlichsten Hinsichten, um die Potentiale der verschiedenen Parteien aufzuzeigen. Die starke Beschäftigung stellte zum einen einen Reflex auf die zunehmend weibliche Mitgliedschaft und der sich zur »pressure group« entwickelnden Arbeitsgemeinschaft sozialdemokratischer Frauen dar. Zum anderen bedeutete die Beschäftigung einen zeitverzögerten Effekt auf die Handlungen der Partei als Organisation, um Erkenntnisse der Politisierung von Frauen umzusetzen. Dennoch hatte sich die Grundproblematik des politischen Interesses »der Frauen« erhalten, die weiterhin auf das Soziale, über die Politik hinausweisende (Familien-)Gemeinwohl festgelegt wurden. Die Milieustudien bestätigten Erkenntnisse aus den späten fünfziger Jahren, daß Frauen aus einem bestimmten Teil der Arbeiterschaft (im traditionellen Arbeitermilieu) über einen »konservativen Touch« verfügten.¹⁷⁹ Die Zuordnung der Einzelmeinungen geschah allerdings mit Hilfe der sozialpsychologischen Lebensweltforschung. Frauen wurden den neu konstruierten Milieus zugeschrieben, die sich von der männlich geprägten Zuweisung nach dem Arbeitsverhältnis entfernten und damit auch männlichen Wählern neue Zuordnungen ermöglichten. Dies war auch eine Folge des Programms der »Politischen Psychologie«, das 1973 im Bundeskanzleramt mit dem Ziel begonnen worden war, eine neue, wertbezogene Wählertypologie entsprechend dem sozialen Wandel und dem Wertewandel zu erstellen. Die differenziertere Beobachtung milderte generalisierte Zuschreibungen ab und setzte die demoskopische Beobachtungsleistung nun fast vollständig um, nachdem zu Beginn geschlechterspezifische Betrachtungen in der Typologie nicht sehr ausgeprägt gewesen waren. Nun wurden mittels »Geschlecht« die Typen ausdifferenziert. Eine eigene Typologie in der Milieuforschung entstand, die in der Konstruktion der Wählerinnen-Typen nur mittelbare Rückschlüsse auf Schicht und Arbeitsverhältnis erlaubte: »konventionelle Frau (34%)«, »verunsicherte Frau (32%)«, »moderne emanzipierte Frau (20%)« und »unabhängige hedonistische Frau (14%)«.¹⁸⁰ Die damit verbundenen unter-

¹⁷⁷ Vermerk Bernd Schoppe (Wählerforschung), 19. 6. 1985, AdSD 2/PVAX000564.

¹⁷⁸ Notiz ohne Verf., 16. 1. 1989, »Die Frauenpolitik der SPD im Spiegel der Wählerinnen und Wählermeinung, Demoskopische Befunde von 1988«, ebd.

¹⁷⁹ Vgl. Sinus, »Planungsdaten für die Mehrheitsfähigkeit der SPD. Sonderauswertung: Einstellungen von Frauen«, November 1984, SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Planungsdaten, 1984.

¹⁸⁰ Vgl. Ausarbeitungen von Sinus: Rollenwandel und Politik, Heidelberg, Mai 1986, hervorgegangen aus der Auswertung vorhandenen Materials für einen Workshop des PV, AdSD 2/PVAX000564.

schiedlichen Erwartungshaltungen an Politik sollten über ein breites inhaltliches Angebotsspektrum zwischen Gleichstellungsfrage und Familie abgedeckt werden, das heißt, sie blieben in einem spezifischen frauenpolitischen Zusammenhang stehen.

Die Studie, die sich mit den Auswirkungen des Rollenwandels der Frau auf ihr Politikverständnis beschäftigte, holte außerdem eine bis dahin für überholt gehaltene Vorstellung hervor. Sie konstatierte einen möglichen kausalen Zusammenhang zwischen Bildung und Parteipräferenz und der Herausbildung eines politischen Bewußtseins. So war der demoskopische Diskurs in der SPD wieder bei den Grundannahmen politischen Verhaltens und des Meinungsbildungsprozesses angekommen, auch wenn die Klassifizierungsleistungen nach Typologien darüber hinauswiesen. Damit waren die aus den frühen Überlegungen der Parteien bekannten Codierungen ›Emotionen‹ und ›Konfession‹ (Kirchenbesuch, kirchliche Gebundenheit) in psychologische Wert-Dispositionen umgedeutet worden. Sie wurden als Faktoren des Politischen oder als Faktoren der Wahlentscheidung anerkannt und als Typologie meßbar gemacht. Eine Verschiebung in der Betrachtung erzeugte dabei eine andere Vorstellung des Politischen und damit der Definition des ›Unpolitischen‹, indem es unterschiedliche Ansätze, was politisch sei und als politisches Interesse zu gelten habe, akzeptierte. Damit wurden auch die Kategorien für männliche Wähler verschoben.¹⁸¹

Die größte Gruppe der Wählerschaft blieb damit über Jahrzehnte eine demoskopisch unteranalytierte vorgebliche Einheit, die aufgrund ihrer Codierung als emotional (vs. rational) und damit unpolitisch im Sinne von vorpolitisch konzipiert war und damit gar nicht in der demoskopischen Beobachtung erfaßt werden konnte. Dies änderte sich erst mit der Politisierung der Frauen, die sich damit an männlich geprägte Beschreibungsnormen annäherte, zumal in den siebziger Jahren andere Wertkategorien Einzug in die Demoskopie hielten, die eine Beschreibung nun ihrerseits ›erleichterten‹. Auf diese Weise war die letztlich erfolgte demoskopische Beschreibung von Frauen einer generellen Verschiebung in den Kategorien zu verdanken, die das Politische neu definierten und dabei andere, psychologische Beschreibungsmuster als Elemente der Wahlentscheidung einführten.

c) *Themenparks und Begriffskarrieren – Medien und Sprache: Die Entstehung der Beweglichkeit von Parteien*

Themen gehören laut Dieter Oberndörfer zum »magischen Dreieck« der Meinungsforschung. Er schrieb den Fragen nach sozialstrukturellen Merkmalen und Einstellungen zu Parteien und Politikern, gemeinsam mit den Fragen zu Issues und deren

¹⁸¹ Dennoch wird diese Pauschalbeschreibung des »Unpolitisch«-Seins weiterhin genutzt zur Erklärung geringeren politischen Interesses von Frauen. Als neuestes Beispiel, das diese Erklärungsmuster in ihrer Konstruktion hinterfragt, vgl. B. WESTLE/H. SCHOEN, Ein Argument in einer alten Diskussion, 2002.

Zuschreibung zu Parteien (Kompetenz), eine hohe Bedeutung zu.¹⁸² Als er diese Feststellung 1976 traf, befand sich die Erforschung von Themen in einem tiefgreifenden Wandel. Nicht nur das politische System hatte sich thematisch ausdifferenziert, auch die Politikwissenschaft hatte diese Ausdifferenzierung unter dem Stichwort der policy-Forschung für sich entdeckt.¹⁸³ Wie bereits festgestellt, verschob sich der demoskopische Diskurs zugunsten immer stärker ausdifferenzierender Berechnungen, denen ein komplexes Geflecht verschiedener bestimmender Variablen zugrunde lag. Diese Verschiebung soll hier nicht an einem Beispiel verfolgt, sondern spezifische Aspekte der themenbezogenen Betrachtung beleuchtet werden.

Policies waren nicht in jedem Fall kongruent mit dem, was die Meinungsforschung unter ›Issues‹ (politische Probleme) oder ›Themen‹ verstand. Das Spektrum der themenbezogenen Fragen reichte von den aktuellen politischen Ereignissen, die thematisch in irgendeiner Form angebunden waren, über politische Großthemen wie Innen- und Außenpolitik, einzelne Diskussionen wie Rentenpolitik, Wehrfrage oder die Herabsetzung des Wahlalters bis hin zu Fragen der politischen Sprache und Begriffe. Zunächst wurden Themen in erster Linie nach ihrer Dringlichkeit oder Priorität abgefragt. Damit wurde eine automatische Auswahl der zu bearbeitenden Probleme getroffen. Zu Beginn wurde diese Frage auch offen gestellt, um die ›wichtigsten Probleme‹ oder ›dringlichsten Aufgaben der Bundesregierung‹ zu erfassen. Auch hielt es die SPD am Anfang ihrer Versuche mit der Demoskopie für hilfreich, dabei neben der positiven Abfrage, was sie tun sollte, wenn sie an die Regierung käme oder wenn man selber für einen Tag Kanzler sein dürfe, auch die negative Seite zu erfahren: »Was sollte die SPD, wenn sie an die Regierung kommt, *nicht* tun?«¹⁸⁴ Daß sie sich ansonsten ganz konkret an diese wichtigsten Aufgaben hielt, war an dem Wahlkampf 1957 zu erkennen, als sie erstmals ihren thematischen Wahlkampfsschwerpunkt mit demoskopischer Hilfe festgelegt hatte. Da die dringlichen Aufgaben zu den monatlichen Fragen gehörte, war eine beständige Beobachtung möglich, die bald erkennen ließ, daß Themen Konjunkturen besaßen, die quantitativ abzubilden waren. Diese waren zudem mit Fragen nach den Parteien und Politikern, die diese Probleme lösen sollten, verbunden.

Fragen wie »Wem trauen sie die Lösung von Problem X zu?« oder »Welche Partei halten sie für besonders fähig, das Problem Y zu lösen?« verweisen dabei auf einen Zuschreibungszusammenhang von Themen zu Parteien und Politikern, der sich zum einen in den Bahnen traditioneller Themen von Parteien bewegte, andererseits den Parteien so etwas wie ›Problemlösungsfähigkeit‹ oder ›Kompetenz‹ sowie ›Vertrauen‹ ganz konkret für einzelne Themen wie ganze Themenbereiche zuschrieb.¹⁸⁵

¹⁸² Vgl. Konrad-Adenauer-Stiftung, Jahresbericht 1976, 1977, S. 63.

¹⁸³ Vgl. auch den Rückblick auf die Entstehung der Policy-Forschung und ihrer politischen Implikationen bei R. MAYNTZ, Zur Selektivität, 2001.

¹⁸⁴ Fragebogen vom 19.3.1957, AdsD 2/PVAJ000194 (Hervorhebung im Original); vgl. auch Kap. 3.1.c.

¹⁸⁵ Vgl. für diese verschiedenen Fragestellungen, die hier nur die verschiedenen Typen von Fragen abbilden, das IfD mit den Jahrbüchern für öffentliche Meinung und bezüglich anderer Institute die als

So stellte die sozialdemokratische Demoskopie fest, daß es einen »Vertrauenssokkel« der Wählerschaft zu bestimmten Themen gab; später wurden ganze »Vertrauensbereiche« ausgemacht.¹⁸⁶ Vertrauen in die Parteien war einerseits als Verlässlichkeit gemeint, andererseits aber auch als Zutrauen in ihre Kompetenz. Die Wähler mußten darauf vertrauen können, daß die Parteien, denen sie ihre Stimme gaben, sie auch repräsentieren würden und könnten. Dieses Zutrauen konnte auch auf einzelne Themen bezogen abgefragt werden. So beschrieben die unter der Kategorie Vertrauen aufgeführten Zahlen den (heute sogenannten) »Kompetenzvorsprung«. Er wurde mittels der Demoskopie meßbar und machte die Parteien direkt vergleichbar, und zwar insgesamt sowie differenziert nach beliebig abfragbaren Aspekten. Außerdem übertrug sich diese Kompetenz auf eine Partei semantisch, indem die Zuschreibung von Vertrauen summiert und zu einem konstituierenden Element des »Images« einer Partei wurde.

Die Bezeichnung »Vertrauenkapital« zeigt an, wie diese Kompetenzzuschreibungen verwertet wurden, nämlich als Profilierungspfund, mit dem sich wuchern ließ.¹⁸⁷ Die Kompetenzfragen wurden seit dem Beginn der monatlichen Umfrageforschung erfaßt, aber auch die spezifischen Umfragen, in denen Themen detaillierter ausgeleuchtet wurden mit dem Zweck, Profilierungsmöglichkeiten und Ansprachemöglichkeiten der Wähler für die Partei oder durch einen einzelnen Politiker zu erfassen, gab es bereits in den fünfziger Jahren. Die erste politische Umfrage des IfD war thematisch gebunden gewesen (Wirtschaftssituation nach der Währungsunion), und auch seine ersten Umfragen für die Bundesregierung befaßten sich mit einzelnen Themen. Ebenso griff die SPD erstmals im Zusammenhang mit einem spezifischen Thema, den Pariser Verträgen, auf professionelle Dienste der Meinungsforschung zurück.¹⁸⁸

Die Aussage über die zugeschriebene Kompetenz beinhaltete die Möglichkeit, Führung anzumelden in einer Sache, die durch Umfragen eine bestimmte Dringlichkeit zugewiesen bekam und zum Ausweis eines generellen Führungsanspruchs werden konnte. Ansprüche an politische Führung als Zielpunkt und Deutungsmacht fanden sich in allen Aspekten des politischen Prozesses, entweder als politische Führung einer Regierung, als Meinungsführerschaft im Parteienstreit zwischen den Wahlen oder während des Wahlkampfes. Allen drei Fällen lag dabei eine durch die Demoskopie hervorgerufene Verschiebung der Wahrnehmung von Themen zugrunde, die sich mit einer gezielten Suche nach dem Nachweis der Führungsfähigkeit

pdf-Dateien vorhandenen Fragebögen auf der beiliegenden CD-Rom zu M. KLEIN/W. JAGODZINSKI/E. MOCHMANN u. a. (Hrsg.), 50 Jahre empirische Wahlforschung, 2000.

¹⁸⁶ Vgl. Infas, Politogramm: »Leitbilder von den Parteien«, März 1965 (Nr. 221), LAB B 002–5310. »Vertrauensbereiche« wurden im Anschluß daran beschrieben und auch von der SPD in ihren Darstellungen übernommen: Vgl. »Ausgangssituation und Meinungsumfragen«, (Oktober 1968), AdS 2/PVAR000064; beispielsweise auch Infas-Report, »Wahlen: Rheinland-Pfalz 1974 und 1975«, AdS 1/AMAD000226.

¹⁸⁷ Vgl. Infas-Report »Wahlen in Hamburg am 3. 3. 1974«, Vorlage zum Präsidium am 5. 3. 1974.

¹⁸⁸ Vgl. dazu Kap. 3.1.b, S. 186 f.

verknüpfte. Darüber wurden Themenbereiche zur Profilierung, bis hin zu einzelnen Problemaspekten, auffindbar gemacht. Die Demoskopie versprach, geheime Wünsche der Bevölkerung sichtbar zu machen und dadurch in eine reelle politische Existenz zu überführen, damit diese dann durch die Auftraggeber durch Entscheidungen gelöst werden konnten. Profilierungsmöglichkeiten ergaben sich somit über das Aufgreifen eines vorhandenen Themas und das Ausfindigmachen eines noch nicht existenten Problems.

Die »Gemeinschaftsaufgaben« der SPD wurden aus der Erkenntnis gewonnen, daß sowohl ein großer Teil ihrer typischen Klientel als auch weite Teile der Mittelschicht sich an einem sozialen Aufstieg orientierten. Sie bedeuteten eine Ausweitung des außenpolitischen »Gemeinsamkeitskurses« auf die auf spezifische Themenbereiche der Innen- und Sozialpolitik, die sich nach demoskopischer Prüfung dazu eigneten, sie als gemeinsame Aufgaben des ganzen Volkes zu präsentieren und so an *alle* Wähler zu appellieren. Damit wurden die Themenbereiche nicht aus der Luft gegriffen, sondern aus der vorhandenen politischen Orientierung und Praxis der SPD abgeleitet und unter der Prämisse ausgearbeitet, durch diese Politik zu einer Stimmenmaximierung zu kommen. Die Aufgaben wurden demnach an der Sprache einer gerechten Umverteilung im Namen eines allgemeinen gesellschaftlichen Wohlstandes ausgerichtet. Damit ging die Überlegung zur stärkeren Profilierung derjenigen Aufgaben einher, die eine bessere Versorgung aller Bürger mit sozialstaatlichen Leistungen vorsahen und sich generellen Bedürfnissen widmeten.¹⁸⁹ So konnte die SPD die sich wandelnde Nachkriegsgesellschaft erkennen und beschreiben, indem Fragen sozialer Ungleichheiten mit der Bedürfnisstruktur der Wählerschaft, ihrer Konsumorientierung und Untersuchungen zur Auffassung über Ungleichheit und Gerechtigkeit verbunden wurden.¹⁹⁰ Aus dieser Gemengelage schälten sich im Laufe der Jahre eigene Policy-Felder heraus, die durch die Thematisierung sichtbar wurden und Umrisse bekamen, die man abfragen und zu denen man sich innenpolitische Kompetenz zuweisen konnte: Gesundheit, Bildung, Familienpolitik, Stadtpolitik (Verkehr und Wohnungsbau, Stadtplanung). Die zur Identifikation mit der SPD vorgesehenen Themen wurden inhaltlich ausgearbeitet und aufgeladen mit den politischen Interpretationen von gerechter Verteilung und Teilhabe. Beispielsweise förderten die Ergebnisse einer Untersuchung zu dem Begriff ›Gerechtigkeit‹ aufgrund der aufgezeigten ubiquitären Zustimmung die Idee, Gerechtigkeit als legitimierenden Hintergrund aller Forderungen des Aufstiegs für alle und zur Überhöhung des Wahlkampfes zu benutzen.¹⁹¹ Einzelne sozialpolitische Forderungen erhielten so eine gesellschaftspolitische Bedeutung. Letzteres korrespondierte mit dem sozialde-

¹⁸⁹ Für den Gemeinschaftskurs und seine Themen als zentrale Strategie der SPD 1960–1966 vgl. B. W. BOUVIER, Zwischen Godesberg und Großer Koalition, 1991; K. KLOTZBACH, Weg zur Staatspartei, 1996, S. 497–569.

¹⁹⁰ Vgl. Manuskript Liepelt, Sitzung der Planungsgruppe am 2. 6. 1964, AdSD PV 0911.

¹⁹¹ Vgl. Manuskript Liepelt zur Vorstellung der Studie »Mehr Gerechtigkeit« für den LV Bayern 1962, AdSD NL von Knoeringen 495; Brief Liepelt an Wehner am 9. 1. 1962, AdSD PV 2570; vgl. auch Kap. 3.3.b, S. 239.

mokratischen Slogan der Demokratisierung in den sechziger Jahren. Nachdem Infas die Themen über mehrere Jahre demoskopisch verfolgt hatte, wurde die Rangordnung der Themen an die Erkenntnisse über Prioritäten angepaßt. Darin wurde auch der Fehler des vorherigen Wahlkampfes (1961) gesucht: Die laufend eruierten Bedürfnisse »Weiterkommen im Leben« und »vom Leben etwas haben« erhielten jetzt einen kategorialen Status in der geplanten Sozialpolitik. Die Prämisse dafür war, daß die »soziale Sicherung« und ein »Geborgen-Sein« im Sozialstaat, zusammen mit der Gesundheitspolitik, die Leitlinie des Wahlkampfes darstellen sollte: »Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Schichten in unserem Volk sollen abgeschafft werden. Dabei geht es nicht um eine Nivellierung sondern um eine Anhebung. Es darf keine Bürger zweiter Klasse mehr geben. Es geht darum, alle auf einen höheren Stand zu bringen.«¹⁹² Damit knüpfte Infas unmittelbar an Ludwig Erhards Vorstellungen zum Aufstieg der deutschen Gesellschaft zum Wohlstand wie auch an die Thesen Schelskys zur nivellierten Mittelstandsgesellschaft an, obwohl der Begriff der Nivellierung zurückgewiesen wurde. Im Gegensatz zu Schelsky operierte das Institut jedoch mit der Auffassung einer staatlich verfaßten rein ökonomisch gedachten »Anhebung« des Lebensstandards.

Indem sie den Anspruch auf staatliche Gerechtigkeit mit konkreter Sozialpolitik verband, wurde die SPD ab Mitte der sechziger Jahre auf diesen Feldern führend und baute ihren Vorsprung aus.¹⁹³ Um ein Thema als solches aufzugreifen, bedurfte es einer spezifischen (Selbst-)Zuschreibung von Kompetenzen mittels der dichotomischen Kodierung der Fähigkeiten als Stärke und Schwäche. Ausgehend von dieser Unterscheidung mußte ein Thema als Stärke einer Partei ausgewiesen sein, um damit vor dem Hintergrund der mehrheitlichen Bewertung des Themas berechnen zu können, ob und wie dieses Thema schnell und reichlich Zustimmung erzeugen oder eine Partei in der Auseinandersetzung nur verlieren könne.

Diese demoskopisch unterfütterte Logik, die Erfolgsfähigen immer weiter verstärkte, erschwerte den Wechsel zu anderen thematischen Schwerpunkten oder auch nur einem Wechsel der Position zu einem Thema. Zugespitzt wurde dieses Dilemma für SPD und CDU in ihren jeweiligen Krisen, als die mit den Parteien verbundenen »klassischen« Themen und damit auch Images »überholt« waren und eine Suche nach einer neuen thematischen Findung begann. So schlug Infas 1962 vor, sich des Themas Familie und Zukunft statt nur sozialer Fragen anzunehmen und so einen zweiten Weg zur thematischen Identifikation der SPD einzuschlagen.¹⁹⁴ Ähnlich argumentierte Gerhard Elschner, als er der CDU erklärte, sie müsse neue Themen aufgreifen, um diese ihrem Image einzuverleiben und dadurch das Image CDU aus der Adenauer'schen Erstarrung zu lösen und wieder eine positive Bewertung zu ermöglichen:

¹⁹² Liepelt, Manuskript, Sitzung des Planungsgruppe am 2. 6. 1964, AdsD PV 0911.

¹⁹³ Vgl. dazu verschiedene Vorstellungen in den Gremien sowohl von SPD wie CDU, z. B. in Wischnewskis Ausführungen im PV am 21./22. 6. 1968.

¹⁹⁴ Vgl. Liepelt, Manuskript zur Vorstellung der Umfrage »Mehr Gerechtigkeit« 1962, S. 31, AdsD NL von Knoeringen 495.

»Schließlich benötigt die CDU die Formulierung neuer Wertziele, neuer grundsätzlicher Gestaltungsziele für die Gesellschaft und den Staat. [...] Aber auf die Dauer, etwa schon im Sinne einer mittelfristigen Strategie, darf die CDU hier nicht immer nur hinter den Ereignissen herlaufen. Sie muß unbedingt gesellschaftspolitische und sozialpolitisch wirksame Initiativen bringen. Je weniger es sich dabei um klassische Maßnahmen der alten Sozialpolitik [...] handelt, umso größer ist die Aussicht auf Wirkung.«¹⁹⁵

So entwickelte sich auch der thematisch bezogene demoskopische Diskurs trotz solcher Vorstöße entlang der traditionellen Bezüge, in deren Bahnen Änderungen nur langsam möglich waren. Die Veränderungsperspektiven wurden über die postulierte Lockerung der Parteibindung eröffnet, die einer größer werdenden Fluktuation und Wechselbereitschaft der Wähler Rechnung trug. Eine gute Möglichkeit bot sich dann, wenn Themen aufgegriffen wurden, die potentielle Wechselwähler interessierten und in denen eine Partei noch keinen großen oder gar keinen Kompetenzvorsprung besaß. Dies war zum Beispiel für die SPD in der Wirtschaftspolitik der Großen Koalition der Fall, in der sie nach etwas über einem Jahr bereits die CDU in den demoskopischen Werten überholte.¹⁹⁶ Neue thematische Profilierungsperspektiven wurden damit durch die Möglichkeit, auch potentiellen Wählern neue inhaltliche Perspektiven zu bieten, beflügelt. Die Demoskopien verfügten dabei allgemein über den konkreten Sprechort, objektiv zu sein und die Bewegungen der Wähler zu markieren, so daß sie die Parteien überzeugen konnten, sich ebenfalls zu bewegen. Mittels Umfragen wurde durch Infas die Politik im Inneren als ›Schwäche‹ der CDU markiert, die die SPD dazu nutzen müsse, das Thema durch Ansprache zu ihrer ›Stärke‹ zu machen und Zustimmung zu erzeugen, zumal die SPD durch die Thematisierung dieser Bereiche eine wachsende Aufmerksamkeit erfuhr. Diese verlieh wiederum den Themen eine größere Beachtung und Bedeutung. Andersherum wurde auch ›Führungsschwäche‹ demoskopisch identifiziert durch Abfrage der Kompetenzbereiche und der Zufriedenheit mit der Bearbeitung von Problemen durch die Regierung und so zu einem politischen Meta-Thema gemacht.

Um die Bedingungen dieser Beobachtung von Themen und deren Auswirkungen für die politische Kommunikation zu analysieren, wird im folgenden ein theoretischer Erklärungsansatz zur ›demokratischen Führung‹ von John Geer genutzt. Er zeigt, wie demoskopische Erhebungen zu Themen strategisch genutzt werden. Diese Überlegungen bieten die Möglichkeit, in historisch spezifischen Konstellationen zu überprüfen, inwiefern politische Handlungen sich an öffentlicher Meinung orientieren.¹⁹⁷ Außer der Zuweisung als starkes oder schwaches Thema einer Partei ent-

¹⁹⁵ Gerhard Elschner, »Praktische Folgerungen aus den Analysen des Bundestagswahlergebnisses von 1969 für die CDU«, S. 3, S. 6, ACDP VII-003-068/1.

¹⁹⁶ Vgl. Heraushebung in Trend [Infratest], »Wählerforschung für die SPD, Endbericht«, S. 10, AdsD PV 02040.

¹⁹⁷ Er hat die Grundzüge »demokratischer Führung« in einem Buch zunächst generell entwickelt und später zur Frage von Themen zugespitzt: J. G. GEER, Campaigns, 1998; ders., Theory of Democratic Leadership, 1996; vgl. für eine empirische und daher gering kontextualisierte Untersuchung F. BRETTSCHEIDER, Öffentliche Meinung und Politik, 1995.

scheidet demnach die Ausstattung mit demoskopischen Informationen zu dem Thema und allen dazu als relevant erachteten weiteren Informationen, zum Beispiel Wissen über den Umgang der anderen Partei mit dem betreffenden Thema, über die weitere Vorgehensweise: Diese Informationen lassen sich zu einer »complete information« summieren, die einem Akteur den Glauben an Kontrolle und Lenkungsmöglichkeit der Situation beziehungsweise des Themas verleiht und das entsprechende Handeln auch außerhalb eingängiger Bahnen ermöglicht. Wann dieser Punkt der Vollständigkeit erreicht ist, bleibt dabei völlig offen, weil es von der Abschätzung der Akteure und dem Stand dessen, was alles zur notwendigen Information hinzugezählt wird, abhängt.¹⁹⁸

Die (angenommene) Vollständigkeit der Information erzeugt in der Vorstellung der Akteure die Chance, die »öffentliche Meinung« in die Richtung des eigenen Standpunktes zu drehen. Diese Grundannahme verspricht »Führung« oder aber auch das Gegenteil, nämlich die »Gefolgschaft« (»followership«) des Akteurs, wenn dieser auf die Angaben der öffentlichen Meinungen einschwenkt.¹⁹⁹ Allerdings können diese Informationen auch falsch, sonstwie »mangelhaft« oder auch unvollständig sein, da sie noch nicht fest bei den Wählern verankerte Themen darstellen und noch keine klaren Präferenzstrukturen aufweisen. Im Abgleich zwischen den Präferenzen der Wähler zu einem Thema und der Überprüfung der vorhandenen demoskopischen Informationen auf ihre Vollständigkeit ergibt sich dabei ein Schema, das unterschiedliche Handlungsoptionen aufweist: Bei mangelhafter Information kann es dann sowohl durch Zufall zum Erfolg (»leadership by mistake«) wie zur Niederlage (»followership by mistake«) führen.²⁰⁰ Letzteres zeigte sich beispielsweise am Begriff der »formierten Gesellschaft«, den die CDU erst nach seiner Verwendung durch Ludwig Erhard untersuchen ließ. Die sorgsam herumgereichte Studie riet letztlich der CDU davon ab, diesen Begriff zur Beschreibung von Gesellschaft zu benutzen.²⁰¹

Damit ermöglicht die beschriebene Ausrichtung an der als vollständig erachteten Information (»complete information«), Handlungsperspektiven anhand der demoskopisch strukturierten Handlungsoptionen zu überprüfen. Dadurch wird es möglich, politische Kommunikation als politisches Handeln der Akteure mit Hilfe demoskopischer Information in einer historischen Situation sichtbar zu machen und dabei ihre jeweiligen Handlungsoptionen zu berücksichtigen. Geer nimmt dabei als

¹⁹⁸ Vgl. J. G. GEER, *Theory of Democratic Leadership*, 1996, S. 58.

¹⁹⁹ Vgl. zu den Definitionen von »Führung« und »Gefolgschaft« ebd., S. 23 f.

²⁰⁰ Vgl. ebd., S. 45 und Abbildung 6.

²⁰¹ Vgl. »Zweite Vorlage zur Wahlkampf- und Werbekonzeption der CDU 1965. Vorlage der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit« vom 5. 4. 1965, ACDP VII-003-085/2, (Punkt 13). Vgl. für Studie Gerhard Elschner/Hans Bachem, Exposé zur Verwendbarkeit des Begriffs »formierte Gesellschaft«, am 2. 6. 1966, ACDP VII-001-031/1. Heck gab die Studie »über die Untersuchung, wie der Begriff »formierte Gesellschaft« zu werten ist«, auch an das BPA (Karl Hohmann), 29. 7. 1966, ACDP VII-001-030/1; vgl. für die Debatte über den Begriff im BuVo der CDU am 21. 6. 1965, G. BUCHSTAB, *Protokolle 1961–1965*, 1998, S. 971.

Abbildung 6: Viererschema zur demokratischen Führung anhand (demoskopisch) »vollständiger Information«

	Complete information	Incomplete information
Well-developed preferences	Followership	Leadership by mistake
Poorly developed preferences	Wilsonian Leadership	Followership by mistake

Nach: J. G. GEER, *Theory of Democratic Leadership*, 1996, S. 45.

Voraussetzung an, daß die Akteure als deren gegebenen Handlungshorizont – ob bewusst oder nicht, sei dahingestellt – ein kybernetisches Modell der Politik genutzt hätten. Das Deutungsschema nach Information und Führung zeichnet so insgesamt strategische Überlegungen zur Positionierung im Verhältnis zur quantitativen öffentlichen Meinung nach: Dieser Theorieansatz steht damit im Kontrast zu vielen Annahmen über politisches Handeln mit Hilfe demoskopischer Informationen, die sich in einem simplen Ursache-Wirkung-Schema verfangen. Seine Vorteile liegen darin, daß nicht einfach die politische Information als objektiver Tatbestand, sondern die Einschätzung der Information durch die politischen Akteure (unter dem Rubrum der »Vollständigkeit«) miteinbezogen wird. Kombiniert mit der Zuweisung Stärke/Schwäche zu einem Thema vermag das Deutungsmuster das Verhalten in unterschiedlichen Situationen differenziert zu erklären.

Konkret auf einzelne Themen übertragen bedeutet dies, daß die Profilierungschancen zu bestimmten Thematisierungen führen, die sich nicht nach der Beliebtheit oder Dringlichkeit von Issues richten. Es erklärt, warum Parteien in einigen Fällen bestimmte Themen aufgreifen oder explizit dem demoskopisch analysierten Wählerwillen nicht folgen.²⁰² Zunächst einmal läßt sich demnach nur über eine direkte Suche nach Differenzen zu den jeweils anderen Parteien und ihrer Position zu einem Thema eine Unterscheidung herstellen und eine Alternative aufzeigen (»searching for difference«). Nach der oben aufgeführten Klassifizierung nach Stärke oder Schwäche wird also nach den einfach zu dominierenden Themen gesucht.²⁰³ Dem-

²⁰² Vgl. J. G. GEER, *Campaigns*, 1998, S. 203.

²⁰³ Auf dieses Muster der Themenauswahl für einen Wahlkampf weist auch Elisabeth Noelle-Neumann in ihrer Untersuchung zur Bundestagswahl 1976 hin: E. NOELLE-NEUMANN, *Umfrageforschung und politische Entscheidung*, 1976, hier S. 118 ff.

nach können auch dringliche Themen, weil beiden Parteien eine gewisse Kompetenz zugeschrieben wird, aufgrund des Risikos möglicher Verluste in den Kompetenzpunkten nicht weiter verfolgt werden. Jeder politische Akteur dürfte dazu neigen, seine Zustimmung in dem Bereich durch Neupositionierung nicht zu verlieren, so daß eine Pattsituation entsteht. Dieses Phänomen findet sich jedoch ausgeprägt erst seit den späten achtziger Jahren und sprengt damit den Untersuchungszeitraum dieser Arbeit.²⁰⁴ In einer Pattsituation würden sich als ersatzweise Positionierung zum Gewinn der Führung, folgte man der Theorie von John Geer, andere Themen oder Problematisierungen anbieten. Dies wären dann noch nicht besetzte oder momentan nicht umkämpfte Themen, die weniger beachtet werden, aber als wichtig gelten, so daß sich die Situation der Auseinandersetzung von einem Themenfeld auf das nächste verschöbe, in regelmäßiger Abwechslung und ringend um jeden einzelnen Punkt: »The end result of this competition may look more like professional wrestling than a heavyweight bout.«²⁰⁵

Bei der Betrachtung der demoskopischen Diskurse in CDU und SPD macht sich diese Denkweise einer strategischen Verfolgung bestimmter Themen zum Zwecke einer Stimmenmaximierung bereits ab den fünfziger Jahren (CDU) bemerkbar. Adenauer hatte sich beispielsweise mit seinen Plänen zur Wiederbewaffnung und der Wehrpflicht darauf eingelassen. Hier lieferte das IfD viele Erhebungen zum Thema und insbesondere semantische und assoziative Untersuchungen zu einzelnen Begriffen, um vorausschauend zu erwartende (Negativ-)Reaktionen abzuschätzen und in die Überlegungen einbeziehen zu können.²⁰⁶ Eine solch gezielte, dem Wählerwillen entgegengestellte Politik wird von Geer als »perikleische Führung« bezeichnet.²⁰⁷ Die zwei genannten Themen bilden bis heute das historische Paradebeispiel für die Demoskopien, um zu zeigen, daß Demoskopie politische Akteure nicht hörig werden läßt, sondern ihnen nur Fingerzeige zur Durchsetzung auch unbeliebter politischer Themen gibt. Daneben wird häufig die Todesstrafe als weiteres Beispiel genannt.

Eine ähnliche Situation zu der Adenauers wurde Ende der sechziger Jahre für die SPD konstatiert, als die Ostpolitik des damaligen Außenministers Brandt als äußerst unpopulär in den demoskopischen Berichten dastand. Infratest bot an, Brandt die weitere Unterstützung für diese Politik zu versichern, da es im Rahmen von Gruppendiskussionen nach den Ereignissen in der Tschechoslowakei auf das Thema und Möglichkeiten der Steuerung gestoßen sei.²⁰⁸ Diese Befunde führten zu eigen-

²⁰⁴ In den neunziger Jahren wurde eine solche Situation offenbar, wiederum thematisiert und als »Reformstau« bezeichnet.

²⁰⁵ J. G. GEER, *Campaigns*, 1998, S. 203.

²⁰⁶ Dazu mehr in D. BALD, *Atombewaffnung*, 1994.

²⁰⁷ J. G. GEER, *Theory of Democratic Leadership*, 1996, S. 24.

²⁰⁸ Die Erkenntnisse wurden auch in den Endbericht der Untersuchungen für die SPD 1968 aufgenommen: »Wählerforschung Bd. A, Einleitung und Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse des Umfragen-Programms 1968«, Dez. 68, Unternehmensarchiv Infratest.

Abbildung 7: Viererschema zu thematischer Führung

		Partei A	
		Issue ist eine Stärke	Issue ist eine Schwäche
Partei B	Issue ist eine Schwäche	A wird viel darüber reden, B wird es vermeiden	A wird es vermeiden, B wird es vermeiden
	Issue ist eine Stärke	A wird wenig darüber reden, B wird wenig darüber reden	A wird es vermeiden, B wird viel darüber reden

Auf Parteien hin modifiziertes Viererschema nach J. G. GEER, Campaigns, S. 203.

ständigen Untersuchungen des Instituts, die schließlich auch die SPD davon überzeugten, zur Frage der Außenpolitik eine Spezialuntersuchung zu finanzieren. Im Oktober 1968 legte Infratest einen Hypothesenkatalog vor, der aus den Gruppendiskussionen hervorgegangen war, und schlug nach weiteren Überlegungen im Januar 1969 eine Studie vor, die im Februar genehmigt wurde und dessen erster Bericht im April vorlag. Der Endbericht mit den geheim gehaltenen Empfehlungen wurde im Juni 1969 geliefert.²⁰⁹ Infratest wies nach, daß zwar die Mehrheit gegen die neue Ostpolitik sei, sich aber Argumentationslinien böten, die dies ändern könnten. Indem es den Rahmen der Bewertung der Außenpolitik verschob, gab es neue Interpretationsmöglichkeiten zum Urteil durch die Bevölkerung. Nicht mehr die nationale Frage des Kalten Krieges wurde in den Vordergrund gestellt, sondern die sozialpsychologische Dimension der ›Angst‹ und das Bedürfnis nach eigener Sicherheit. Unter dieser Perspektive zeigte sich, daß viele Wähler in dieser Frage unentschieden waren. Dementsprechend nahm die SPD ›Sicherheit‹ als Leitmotiv ihrer Überlegungen für Außen- wie für Wirtschaftspolitik, den Themen, die am stärksten

²⁰⁹ Die Schlüsse und Empfehlungen lassen sich nur indirekt aus einem Brief Bauers an Brandt ableiten: »Betrifft: Empfehlungen auf Grund Wählerforschung Band VI ›Wissen und Einstellung der Wähler zu außenpolitischen Fragen‹ (Endbericht)«, AdSD NL Bauer 7; Infratest, »Mögliche Auswirkungen der außenpolitischen Situation auf die Meinungsstruktur der Wähler, 1. Hypothesenkatalog«, Okt. 1968, AdSD PV 02040; Infratest, »Wählerforschung Bd. 5: Wissen und Einstellungen der Wähler zu außenpolitischen Fragen, Vorbericht, April 1969, und Endbericht, Juni 1969«, AdSD PV 02043; Brandt an Wischnewski dazu am 6. I. 1969, AdSD 2/PVAR000049. Die Quelle findet sich auch abgedruckt in Quelle Nr. 79, W. BRANDT, Auf dem Weg, 2000, S. 424 ff.

von gesellschaftlich gestützter, individueller Angst beziehungsweise Sicherheit geprägt waren.²¹⁰ Unterstützt wurde diese Argumentation mit dem für das politische Verhalten in der Großen Koalition generell geltenden Hinweis, daß Opportunität gegenüber der Mehrheit sich nicht auszahlen würde.²¹¹

Der demoskopische Diskurs in CDU und SPD bietet einige Beispiele für diese Betrachtungsweise. In langen Linien betrachtet, verschoben sich thematische Kompetenzzuschreibungen von Sozial- und Wirtschaftspolitik immer nur langsam und vorübergehend. Als die SPD zu Anfang der sechziger Jahre das Feld der sozialen Innenpolitik zu erkunden begann, waren die Potentiale dieser Themen noch kaum erkannt. Dies änderte sich im Laufe der Zeit, während sie zur Ausdifferenzierung dieses Feldes beitrug. Dabei stieß sie auch auf den Themenbereich der »inneren Sicherheit«, den sie jedoch nur am Rande beachtete.²¹² Nach den Studentenprotesten der sechziger Jahre und ersten terroristischen Aktionen wurde dieses Thema von der CDU aufgegriffen und vor allem als »Verbrechensbekämpfung« bearbeitet. Es erwies sich für die CDU als noch nicht fest besetztes Thema mit ausgeprägten Präferenzen, das seit den sechziger Jahren immer im Mittelfeld der »wichtigen Aufgabengedümpelt hatte und einen guten Ersatz für die verlorene Kompetenz in der Wirtschafts- und Außenpolitik bot. Die Meinungsforschungsinstitute begannen erst ab circa 1970, dieses Thema unter dem Stichwort der »inneren Sicherheit« überhaupt abzufragen. Die Neufassung des Issues der »Bekämpfung des Verbrechertums« deutete sich mit den seit 1968 abgefragten und dann steigenden Zahlen zur Aufgabe, den »Staat vor inneren Unruhen« zu bewahren.²¹³ So nahm Infas diesen Begriff erst 1970 in seine monatliche Trendumfrage auf. Das Thema war für die SPD gewissermaßen ein blinder Fleck ihrer Untersuchungen, da es zwar in Umfragen als wichtig erachtet wurde, die Partei es aber moralisch ablehnte, zumal die CDU es aus Sicht der SPD als Angstthema anfaßte: »[...] sie schürt rücksichtslos latente Ängste.«²¹⁴ Das Thema lag brach und wurde erst 1977 aufgegriffen, als es längst zu einem Aktiv-

²¹⁰ Vgl. für die Entwicklung dieser Argumentationsstrategie: Infratest, »Wählerforschung Bd. 2«, hier »Veränderungen in der Beurteilung der politischen Situation durch die Wählerschaft, 1. Der Abbau von Angst«, S. 54–57, AdsD PV 02042; vgl. auch obige Angaben.

²¹¹ Vgl. für diese Argumentation Brief von Bauer an Brandt am 21.8.1968, AdsD NL Bauer 9; Bauers Bericht »Stellungnahme von Wolfgang Ernst zu dem Trend-Bericht »Wählerforschung für die SPD« – kurzfristiges Untersuchungsprogramm, Endbericht«, 7.5.1968, Abschnitt 4, AdsD, WBA, Wahlen 3. Zur Vorgeschichte der Ostpolitik, die seit den späten fünfziger Jahren von Brandt unter demoskopische Beobachtung gestellt wurde, vgl. W. SCHMIDT, *Kalter Krieg*, 2001. Noelle-Neumann wertete die Entwicklung der Bewertung der Ostpolitik als Beginn der Schweigespirale, E. NOELLE-NEUMANN, *Medieninhaltsanalyse und Meinungsforschung*, 1998.

²¹² So veranstaltete die SPD auf einer Konferenz 1965 eine Arbeitsgruppe dazu: AdsD PV 01511.

²¹³ Vgl. Heck, »Kurze Unterrichtung über die wichtigsten Leitlinien für den Bundestagswahlkampf 1969, Wahlkampfremium am 15./16.12.1968, S. 16, ACDP VII-003-016/1; Elschner, »Praktische Folgerungen«, S. 13f., ACDP VII-003-068/1.

²¹⁴ SPD-Parteivorstand (Hrsg.), *Jahrbuch SPD 1970–1972*, 1972, S. 269 (Auswertung des Wahlkampfes).

posten der CDU geworden war, so daß die SPD anerkennen mußte: »Es fehlt an einer eindeutigen Profilierung der SPD/FDP.«²¹⁵

Ein anderes Beispiel betrifft einen ursprünglich in den sechziger Jahren von der SPD im Rahmen des Bereiches ›Gesundheit‹ als eine Gemeinschaftsaufgabe entwickelten Teilkomplex, die Umweltpolitik.²¹⁶ Dieses Thema, das die SPD bis zum Beginn der siebziger Jahre allein für sich als ›Kompetenzbereich‹ in Anspruch nehmen konnte, wurde im Laufe der siebziger Jahre mit einer stärkeren Orientierung an anderen Themen vakant, aber als nicht weniger wichtig in bestimmten Zielgruppen erachtet.²¹⁷ Der demoskopische Diskurs nahm das Thema erst wieder genauer in den Blick, als sich erste Bürgerinitiativen zum Themenkomplex Umwelt kommunal und regional zur Wahl stellten. Damit entstand einerseits die Gefahr einer neuen Partei im linken Lager, andererseits wurden aber auch konservative Wertvorstellungen von Naturschutz damit verbunden.²¹⁸ Das Thema Umweltpolitik stellte sich als eine neue Konfliktlinie im Sinne eines Cleavage heraus. Es bündelte den Wertewandel zum Postmaterialismus, der seit den späten sechziger Jahren zwar in den Untersuchungen aufgetaucht war, in den ersten Jahren aber noch nicht auf diesen Nenner gebracht wurde. Hier fanden sich in den Auswertungen erste Anleihen zur späteren Postmaterialismus- oder Wertewandelsthese im Gewand der sich auflösenden »need hierarchy«, die sich mit der Prosperität entwickelter Industriegesellschaften zugunsten nichtmaterieller Werte verlagerte.²¹⁹ In Auseinandersetzung damit ergaben sich neue Wertorientierungen im Rahmen des sozialen Wandels der Gesellschaft, was sich schließlich auf das politische System mit der Gründung einer neuen Partei ausweitete.

Anhand der Beispiele der ›inneren Sicherheit‹ und des Themas ›Umwelt‹ als Folge des Wertewandels zeigt sich nicht nur, wie sich ein Thema entwickeln und durch differenzierende Positionierungen vorangetrieben werden konnte, sondern auch, wie sehr Begrifflichkeiten und *Sprache* zu einem explizit reflektierten Gegenstand von Politik und Demoskopie wurden. Tests zu Slogans und zu Begriffen waren zwar bereits seit den fünfziger Jahren eine herkömmliche Vorgehensweise, aber ab Ende der sechziger Jahre erweiterte sich der Fokus. Dies ging darauf zurück, daß Sprache als Mittel der Politik in den Politikwissenschaften im Zuge der Soziologisierung und Theoretisierung von Sprache neu entdeckt worden war. Außerdem wurde dies durch den bewußt theoretisierenden Sprachgebrauch der 68er markant sichtbar.²²⁰

²¹⁵ Feststellung in der Übersicht zu den wichtigsten Themen im Wahlkampf 1976 im Bereich »Liberalität/innere Sicherheit«, Vorlage für PV-Sitzung am 25. 8. 1976.

²¹⁶ Dafür, wie dieses Thema systematisch von der SPD in der Bundesregierung aufgegriffen und auch mit Hilfe von Umfragen popularisiert wurde, vgl. K. F. HÜNEMÖRDER, Frühgeschichte der globalen Umweltkrise, 2004, S. 154–190, insbes. S. 187.

²¹⁷ Vgl. für die Argumentation, daß durch die Freigabe des Themas durch die SPD ein ›Machtvakuum‹ entstand, so daß eine neue Gruppe es übernehmen konnte: W. BÜRKLIN, Grüne Politik, 1984.

²¹⁸ Vgl. Brandt im PV, »Die Grünen – Wahlchancen und Wähler«, 4. 2. 1980.

²¹⁹ Vgl. M. KAASE, Bundestagswahl 1972, 1973.

²²⁰ Vgl. M. WENGLER, »1968« als sprachgeschichtliche Zäsur, 1995.

Aber nicht nur die Entdeckung der Sprache in der Politik sorgte für eine verstärkte Beachtung, auch die wachsende mediale Präsenz der Politik und die zunehmende Beobachtung der Wahlkämpfe, vor allem seit dem Wahlkampf 1969, trugen ihren Teil dazu bei, die Aufmerksamkeit von einer rein thematischen oder werbetech-nischen Beobachtung zu Fragen der Kommunikation und darstellerischen Qualitäten zu verschieben und sie in die Vorgehensweise einzubauen. Anders als noch in den fünfziger Jahren wurde nicht nur nach dem Verständnishintergrund der Wählerschaft zu einem Thema gefragt und anschließend eine Kampagne dazu durchgeführt. Themen wurden auf ihre kommunikativen Bedingungen hin untersucht, die sich neben den kognitiven Bedingungen der Wählerschaft oder der spezifischen Klientel mit ihrer konkreten Kommunikationssituation auseinander setzten. Dabei wurde geprüft, ob die Personen persönlich oder massenmedial und wenn ja, wie und in welcher Form anzusprechen seien. Als wichtigstes Beispiel deklinierte Infratest dies für die SPD am Thema der Mitbestimmung und der Vermögensbildung durch. Dabei fiel ersteres demoskopisch durch, da gerade die Zielgruppe der Arbeitnehmer kaum etwas mit Begriff und Inhalt der Mitbestimmung verbinden konnte, und machte der SPD demoskopisch klar, daß sie dies massenmedial aufzuholen habe. Sowohl die Bedingungen der Massenmedien als auch die Kenntnisse über die Vorgehensweise der CDU seien im Vorfeld einer thematischen Positionierung besser kennen zu lernen.²²¹ Hier machten sich erneut die Bedingungen einer Beobachtung zweiter Ordnung bemerkbar: Es konnte nicht direkt beobachtet werden, sondern die Performanzen der anderen mußte im Spiegel der Medien beobachtet werden, Rückschlüsse auf die Einstellungen der Wähler und Ansatzmöglichkeiten zur besseren Ansprache zu ziehen.

Auf diese Weise wurde das Spektrum der Faktoren, die eine ›vollständige Information‹ bildeten, um Meinungen gezielt zu steuern, erweitert. Die Sichtweisen beziehungsweise Wahrnehmungsbedingungen der jeweiligen Zielgruppen wurden mit den Medien und ihren Bedingungen dabei demoskopisch im ›Uses-and-Gratification‹-Ansatz miteinander verbunden, um darüber bestimmte Themen, genau zugeschnitten auf Zielgruppen, eben diesen näher zu bringen. Dieser Ansatz stammte aus der Medienwirkungsforschung und variierte die These der Wirkungsmacht der Medien, indem die Nutzer als Variable einbezogen wurden.²²² Diese Vorgehensweise setzte einen weiteren, auch themenbezogenen Differenzierungsprozeß in Gang, der in einer sprachlichen Diversifizierung fortgesetzt wurde. Genau dieser Vorgang deutete sich Anfang der siebziger Jahre in der Forderung an, »Sprachmuster« zu entwickeln, um auf Resonanz zu stoßen oder um überhaupt noch gehört zu werden. Sprache selbst wurde damit erst nach der Kommunikation als Gegenstand politi-

²²¹ Vgl. Wählerforschung, Bd. 3: »Aufnahme und Verarbeitung politischer Informationen in den Massenmedien durch bestimmte Bevölkerungsschichten, Dokumentation« und »Bd. 1: Wissen und Einstellung der Öffentlichkeit, insbesondere der Arbeitnehmer, zum Thema ›Mitbestimmung, und Vermögensbildung«, Dez. 1968«, AdSD PV 02041.

²²² Vgl. zum Überblick über die verschiedenen Ansätze zur Medienwirkungsforschung M. SCHENK, Medienwirkungsforschung, 2002; H. BONFADELLI, Medienwirkungsforschung, 1999.

scher Arbeit entdeckt, dann aber umso schneller als Ort der Auseinandersetzung von beiden Parteien in Beschlag genommen.²²³ Daran waren nicht zuletzt die Medien beteiligt, deren wachsender Anspruch auf eigene Deutungsmacht den Parteien die Notwendigkeit der Durchsetzung der gezielten Ansprache deutlich machte und dafür sorgte, daß verstärkt um politische Präsenz und Durchsetzung auf sprachlicher Ebene gerungen wurde.²²⁴

In der CDU wurden ab 1968 sogenannte Semantikanalysen oder »wertsoziologische Untersuchungen« ebenso wie Inhaltsanalysen durchgeführt, um Aufschlüsse über die Ansprechbarkeit von Wählern zu erhalten. Das WIKAS hatte mittels der (psychologischen) Imageanalysen eine Sensibilität gegenüber Sprache entwickelt, die sie in Untersuchungen umsetzte, welche eine Veränderung in gesellschaftlichen Wertsetzungen und ihre Kopplung an sprachliche Ausdrücke verfolgen sollten. Die Studien des WEMA gingen in diese Richtung, auch wenn währenddessen unklar blieb, was genau Wertsoziologie sein sollte.²²⁵ Ausgangspunkt war die Überlegung, daß sich wertbezogene Leitbilder in der Politik durch Begriffe ausdrücken. Dies wurde anhand von mit Assoziationstests arbeitenden Begriffsanalysen ausgearbeitet und später in der CDU mit dem Wort des »Begriffe besetzen« sprachpolitisch auf den Punkt gebracht.²²⁶ Diese sich sprachkritisch gebende Aussage bezog sich sowohl auf Themen wie auch reaktiv auf die Feststellung, daß die SPD im Zuge der Regierungsübernahme durch die sozial-liberale Koalition zuvor der CDU zugeschriebene Hochwertvokabeln wie ›Frieden‹ übernommen hatte. Diese Feststellung paarte sich mit dem Vorwurf an die 68er, die deutsche Sprache zu verändern und Begriffen neue Bedeutungen zu verleihen: Die CDU sah sich plötzlich in der Defensive und nahm die 68er und die SPD als Verantwortliche des Sprach- und Wertewandels wahr.²²⁷

In diesem Sinne hatte die CDU 1972 eine Kampagne vorbereitet, die den Begriff des Sozialismus verwenden wollte, da dieser eine hohe Zuschreibung zur SPD in Untersuchungen erfuhr, gleichzeitig aber negative Assoziationen besaß. Die SPD erfuhr frühzeitig von dem Vorhaben und überlegte, eine eigene Kampagne dagegen zu setzen, um der CDU zuvorzukommen und den Begriff für sich positiv zu konnotieren in der Annahme, daß die SPD eher mit dem Thema ›Sozialismus‹ gewin-

²²³ Als Beispieluntersuchung für den Sprachkampf vgl. M. JUNG, Öffentlichkeit und Sprachwandel, 1994; Zitat zum »Sprachmuster« siehe S. 359.

²²⁴ Vgl. für diese Auseinandersetzung A. KRÜKE, Kampf um die Deutungshoheit, 2004, und auch Kap. 5.3.

²²⁵ Vgl. Unterlagen zur »wertsoziologischen und semantischen Studie«, ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet); zum Kontext der Untersuchungen Kap. 2.3.c.

²²⁶ Seit einigen Jahren erfährt insbesondere das Thema der Sprachpolitik, aber auch der politischen Seite der Sprache als besondere Sprechorte in der Sprachgeschichte wachsende Aufmerksamkeit: Vgl. u. a. K. BÖKE/F. LIEDTKE/M. WENGLER, Politische Leitvokabeln, 1996; F. LIEDTKE/M. WENGLER/K. BÖKE (Hrsg.), Begriffe besetzen, 1991; als weiter ausholendes Beispiel auch A. BURKHARDT/K. PAPE (Hrsg.), Sprache des deutschen Parlamentarismus, 2000; W. STEINMETZ, »Sprechen ist eine Tat bei euch.« 1998.

²²⁷ Vgl. für diese Argumentation auch M. WENGLER, »1968« als sprachgeschichtliche Zäsur, 1995.

nen könne, wenn sie das Thema schnell selber aufgreife, als wenn sie die CDU-Kampagne abwarten und dann in einer defensiven Haltung darauf reagieren müsse: Über einen früheren Eingriff könne sie die Wahrnehmung und Definition des Begriffes lenken und für sich nutzen, indem sie ihn möglichst konkret auf die sozialdemokratische Politik bezogen und positiv darstelle, statt, wie von der CDU zu erwarten, ihn auf eine bestimmte Interpretation und Gleichsetzung mit ›Kommunismus‹ und anderen negativ bewerteten Begriffen in Zusammenhang zu setzen. Umfragen von Infas und Infratest untermauerten diese Annahmen und zeigten dazu verschiedene Möglichkeiten der Thematisierung auf.²²⁸ In einer groß angelegten Aktion wurde die Werbeaktion zum »Demokratischen Sozialismus« im Sommer 1972 angesetzt und auch demoskopisch die Reaktionen darauf überprüft. Willy Brandt machte den Anfang, als er aus Anlaß einer Erinnerungsfeier zu Kurt Schumachers 20. Todestag zu dem Thema sprach.²²⁹ Die Auswirkungen, wie der Begriff wahrgenommen und wem er wie zugeschrieben wurde, wurden einer demoskopischen Kontrolle unterworfen und bestätigten die Annahmen. Die ›Anti-Opportunitätsstrategie‹, sich bewußt gegen eine eventuell zu erwartende Mehrheitsmeinung (das Feld war erstaunlicherweise bis dahin nicht sonderlich stark sondiert worden) zu wenden, hatte sich als erfolgreich erwiesen und der SPD zu einer ›wilsonian leadership‹, einer Führung nach Wilson im Geer'schen Konzept, verholten. Grundlage war aber gewesen, daß weder die Planung noch die entsprechenden Daten dazu an die Öffentlichkeit gelangten. Ansonsten wäre der Anspruch auf Führung durch den Nachweis der ›strategischen‹ Opposition hinfällig gewesen.²³⁰

Für den folgenden Wahlkampf hatte die CDU daraus gelernt. In Assoziationsuntersuchungen stellte das IfD eine konservative Strömung fest. In einer Frage zur Entscheidung zwischen Freiheit und Gerechtigkeit interpretierte Elisabeth Noelle-Neumann die Antwort, die Gerechtigkeit mit Gleichheit verband, als eine Entscheidung gegen die Politik der Bundesregierung und stilisierte so den Slogan als Wiederholung der plakativen Frage, zusammengeschrumpft auf die symbolische Entscheidungsfrage »Freiheit oder Sozialismus« zwischen der Befürwortung des einen oder anderen politischen Systems.²³¹ Mit der Reanimierung des Antikom-

²²⁸ Vgl. Infratest, »Materialien zur Lage der Nation 1972: Ein Systemvergleich BRD-DDR zum Thema Gesellschaft, Staat, Nation. Ergebnisse aus Befragungen. Analysenband«, Unternehmensarchiv Infratest (siehe auch Drucksache VI/3080 IV (II/2) – 142 00 – La 7/72, von Brandt an den Bundestagspräsidenten zur entsprechenden Regierungserklärung gegeben).

²²⁹ Der Wortlaut der Rede wurde im Rahmen eines Buches zum Demokratischen Sozialismus veröffentlicht und im Laufe der Jahre mehrfach nachgedruckt. Vgl. zuletzt in W. BRANDT, Auf dem Weg, 2000, S. 480–515; zur Rolle der Kampagne auch H. BECKER, Wahl '72, 1972, S. 917.

²³⁰ Vgl. Infratest, »Politische Psychologie, Teilbericht 4: Politische Wertbegriffe«, Mai 1974, v. a. Anmerkung, S. 8, Unternehmensarchiv Infratest. Hier wurde geschlußfolgert, daß die Kampagne 1972 dazu beigetragen habe, negative Urteile gegenüber dem Begriff ›Demokratischer Sozialismus‹ abzubauen.

²³¹ In Bayern wurde er variiert: »Freiheit statt Sozialismus«. Elisabeth Noelle-Neumann publizierte diese Vorgehensweise nach dem Wahlkampf. E. NOELLE-NEUMANN, Umfrageforschung und politische Entscheidung, 1976 (Wiederabdruck 1980 in: dies., Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie). Der Slogantest findet sich als Bericht vom 5. 8. 1976, ACDP VII-1682, Allensbach: Politische

munismus in der politischen Auseinandersetzung wurde er einer der umstrittensten Slogans der Wahlkampfgeschichte und damit einer der erfolgreichsten, wie eine Regel der PR meint: Schließlicht erzeugt erst der Anschluß an eine Kommunikation eben diese, gemäß der Überzeugung, daß dadurch Aufmerksamkeit entstehe, die von der Konkurrenz ablenke und für Bekanntheit sorge. Diese wiederum sei eine Vorbedingung für Popularität. Zuvor hatte das IfD auch in den fünfziger Jahren diese Polarisierung erfolgreich anempfohlen. Im Vorfeld des Wahlkampfes 1957 war der Begriff ›bürgerlich‹ in diesem Sinne assoziativ untersucht worden. Da jedoch befürchtet wurde, daß die einseitige Ansprache der Mittelschicht eine abschreckende Wirkung auf Wähler aus der Arbeiterschaft ausübe, wurde er nur bedingt eingesetzt.²³² In der Anlage der Untersuchung wurde ›bürgerlich‹ mit dem Gegenbegriff des ›Unbürgerlichen‹ konfrontiert und die positiven Bewertungen des ›Bürgerlichen‹ hervorgehoben. In seiner Bedeutung wurde er zum Inbegriff des Erstrebenswerten aus Arbeitersicht, so daß sich die Verbindung zwischen ›bürgerlich‹ und Wohlstand, gesellschaftlicher Prosperität der Bundesrepublik etc. herstellen ließ. Die Untersuchung vermochte auf den Wahlkampf insofern auszustrahlen, als statt eines starken antikommunistischen Untertons bürgerliche Werte ›nebenbei‹ einfließen, indem der sich ausbreitende gesellschaftliche Wohlstand damit verbunden wurde. In den siebziger Jahren wurde die bürgerliche Wertigkeit in der Gesellschaft erneut aufgegriffen, als Noelle-Neumann im Anschluß an einige Untersuchungen zum Wertewandel provokativ fragte: »Werden wir alle Proletarier?«²³³

Der demoskopische Diskurs verschob die Wahrnehmung der politischen Akteure in Bezug auf Themen. Sie erhielten Informationen über die möglichen Verhaltensweisen des politischen Gegners bis hin zu möglichen medialen Darstellungen, nahmen daher politische Aspekte anders war und reagierten entsprechend darauf. Die Differenzierung der Themen und ihre pluralisierte Darstellung führten zur Segmentierung der demoskopischen Beobachtung und einer entsprechenden Bearbeitung und Rückkopplung an vorherige Vorgänge. So wurden z. B. Jungwähler 1975 zu einer problematischen Zielgruppe der SPD erklärt und anschließend mit thematischen Ansprachen zur Arbeitslosigkeit 1976 bedacht.²³⁴ Dies führte zu einer Art ›Selbstdiskursivierung‹ von Politik, die in zugeschnittenen Themenfeldern um sich selber kreiste und diese entlang der zusammengetragenen Informationen bearbeitete. Dabei lief politisches Handeln entlang spezifischer Formen und einer speziellen Semantik. Politisches Entscheiden hieß demnach, sich für eine Kommunikation, also

Berichte (unverzeichnet); vgl. auch M. BETHSCHNEIDER, Wahlkampfführung und politische Weltbilder, 1987, S. 167 ff.

²³² Vgl. IfD, »Bürgerlich. Gutachten über die populäre Interpretation eines Begriffs«, 1956, ACDP I-172-032 (1, 2 und 4); dort auch entsprechende Vorschläge Erich Peter Neumanns.

²³³ Elisabeth Noelle-Neumann, »Werden wir alle Proletarier?«, Die Zeit Nr. 26 vom 20. 6. 1975 (in der Woche zuvor ähnlich: »Reformen in neuer Richtung«, Nr. 25 vom 13. 6. 1975); vgl. Antwort von Karl Otto Hondrich, »Machen soziale Reformen glücklich?«, Der Spiegel Nr. 30 vom 18. 7. 1976, dort finden sich auch entsprechende Leserbriefe (»Bürger-Tugenden kontra Proletarier-Mentalität«); E. NOELLE-NEUMANN, Werden wir alle Proletarier?, 1978.

²³⁴ Vgl. Vermerk von Borstell an Börner am 16. 2. 1976, AdSD PV 13888.

für eine Reaktion herbeiführende Handlung, zu entscheiden. Diese Kommunikation war in der Regel massenmedial gedacht.

Die zentralen Erkenntnisse zum Zusammenhang von Sprache, Themensetzung und -bearbeitung sowie zu den medialen Faktoren entstanden im demoskopischen Diskurs von CDU und SPD, als sich die mediale Präsenz der Demoskopie insbesondere zwischen 1968 und 1976 durchsetzte und sowohl sprachliche wie visuelle Anpassungsleistungen in der politischen Kommunikation erforderte. Die demoskopische Information erzeugte bei allen politischen Akteuren eine andere Konzeptualisierung von thematischen Positionierungen, die eher strategisch mit Blick auf die Präsentation und Verarbeitung erfolgten. Die kognitiven Strukturen des Publikums waren den politischen Akteuren durch die etablierten Kommunikationsmodelle und die jeweilige Disposition durch demoskopische Informationen bekannt, doch nun schoben sich aus Sicht der Politik zunehmend Medien beziehungsweise Journalisten als definitorische Instanz dazwischen. Politische Akteure mußten erkennen, daß Wähler durch andere Berichterstattung in den Medien politische Kommunikation anders wahrnahmen und verarbeiteten. Dies stellten die zentralen Entdeckungen der Medienforschung dar, die nicht nur das TV als solches, sondern die Inhalte und Abläufe der Medien als Forschungsobjekt erkannt hatte. Der Kampf um die sprachliche Deutungshoheit verlief in den siebziger Jahren als »Kulturkampf« um Werte, Themen und symbolische Begriffe. Infratest und das IfD beobachteten dies im Auftrag der beiden Parteien, die mit diesen Erkenntnissen unterschiedlich umgingen. Während die SPD in ihrem Kommunikationsmodell weiterhin auf eine direkte Bearbeitungsmöglichkeit von Meinungen durch direkte Kommunikation setzte, ließ sich die CDU in den siebziger Jahren stärker auf massenmedial ausgerichtete Kommunikation ein, ohne jedoch interpersonale Kommunikation im Wahlkampf 1976 zu vergessen. In dieser Hinsicht spielten die Theorien des IfD um die Deutung des (doppelten) Meinungsklimas und seiner Bearbeitung eine wichtige Rolle für die kommunikative Praxis der CDU. Das Institut schrieb den Massenmedien eine große Wirkung zu und verschob die Beobachtung von den Meinungen auf die Medien. Die dabei mitschwingende Theorie des Agenda Setting (nach Gerhard Schmidtchen: Tagesordnungsfunktion) ergänzte diese Vorstellung von der Wirksamkeit der Medien und verstärkte sie dahingehend, daß Politik als sprachliches, von Timing, Kontext und Setzung bestimmtes Spiel der Themenabfolgen und Besetzungen zu begreifen sei.²³⁵ Auf diese Weise gerieten wiederum mehr und auf kurzfristigere Elemente setzenden Konstellationen in den Blick. Einen ersten Vorgeschmack dieser verschobenen demoskopischen Beobachtung, nun stärker auf Zeitpunkte und Abläufe ausgerichtet, bot die Kampagne zum »Demokratischen Sozialismus« auf beiden politischen Seiten.

²³⁵ Diese Vorgehensweise hatte sich bereits als Praxis etabliert, als ein Aufsatz erschien, der dieser These zum Durchbruch verhalf: M. McCOMBS/D. SHAW, The agenda-setting function of mass media, 1972; vgl. dazu auch P. RÖSSLER, Agenda-Setting, 1997, insbes. S. 16–27, 57 ff.

Die Ausdifferenzierung großer politischer Themenbereiche zu einzelnen bearbeiteten Policy-Feldern fand mit Hilfe demoskopischer Beobachtung und deren Differenzierung und Segmentierung in der Bearbeitung einzelner Politikfelder statt. In der Verknüpfung mit medialen Entwicklungen in der Berichterstattung erweiterte oder verschob sich die demoskopische Beobachtung parallel dazu von der eigentlichen Meinung auf die für möglich gehaltene Meinung, oder anders gesagt: auf die Einschätzung des Meinungsklimas und die Darstellungsweisen der Medien. Dies blieb nicht ohne Folgen für die politische Praxis der beiden Parteien (vor allem der CDU), die entlang dieser Kategorien der Beobachtung die Sprache als explizites Handlungsfeld entdeckten, indem sie die Sprechweisen und Inhalte von Begriffen als Selbstverständlichkeit infrage stellten. »Sprache« als Kategorie des Politischen ging damit aus einem sich auch sprachlich manifestierenden Wandel in der gesellschaftlichen Selbstbeschreibung hervor, der durch die Beobachtung und Ausdrucksweise gerade der empirischen Sozialwissenschaft geprägt worden war.

d) Parteien und Politiker: Imagekonstruktionen und Veränderungen von Repräsentation

Entsprechend der Funktionsweise der Demoskopie, eine Beobachtung zweiter Ordnung zu sein, gelangten Parteien über die Beobachtung der Wählerschaft zu einer neuen Selbstbeobachtung. Diese Selbstbeobachtung differenzierte sich im Laufe der Verwendung demoskopischer Daten aus. Die Differenzierung bezog sich zum einen auf das Selbst, den eigenen Körper als Partei, also der Mitglieder und damit auch dem Bild der Partei in der internen Parteiöffentlichkeit, zum anderen auf die Wahrnehmung dieses Selbst durch andere, also das öffentliche Bild der Partei wie auch der politischen Akteure. Beide Perspektiven bedingten sich gegenseitig. Sie wurden aber von den Parteien mit Hilfe der Demoskopie voneinander getrennt. Diese Teilung wird in diesem Kapitel als analytische Trennung zwischen der Beobachtung der eigenen Mitglieder und der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit übernommen.

Sowohl CDU als auch SPD hatten unterschiedliche und wechselnde Interessen an den beiden Perspektiven der Beobachtung, wobei die Beobachtung der Wahrnehmung der Partei in der öffentlichen Meinung insgesamt dominierte. Die Demoskopie bot beiden grundsätzlich zunächst die für die Institute herkömmliche Perspektive der Öffentlichkeit im repräsentativen Sample an. Alle Institute zeigten Befunde zur Wahrnehmung der Parteien in unterschiedlichen Hinsichten. Zentrale Kategorien der Zuordnung bildeten die Wählerschaft sowie Themen im Rahmen einer politisierten Sozialstruktur und zugeordneten festen »Anhängerschaften«. Emnid oder auch Infas nahmen diese Art der Beschreibung vor. Das IfD hingegen lieferte die Einschätzung der Parteien nahezu ausschließlich bezüglich thematischer Repräsentation (Kompetenz) und politischer Akteure, ähnlich Infratest mit einem kognitiven Ansatz. Parteien, Politiker und Themen bildeten die Kategorien des gesamten Erscheinungsbildes, wie es von der Wählerschaft beobachtet respektive abgefragt wur-

de.²³⁶ Diese demoskopische Selbstbeobachtung blieb nicht folgenlos: Umfragedaten berührten die Grundlagen politischen Handelns, das Ansehen (demoskopisch: Image) und die Repräsentation, und verschoben deren Gehalt.

Das Erscheinungsbild der Parteien: Die Volkspartei

Hinter dem Interesse an der Sicht von außen stand der Glaube der Parteien, diese Sicht verändern zu können. Dieser Glaube verknüpfte sich mit der Einsicht, die eigene Perspektive zum Zwecke der Stimmenmaximierung verändern zu müssen. Grundlage für die oft als Mißverhältnis betrachtete Beziehung zur Bevölkerung war entweder die Idee, falsch wahrgenommen und daher nicht richtig erkannt zu werden, oder aber die Idee, sich selbst falsch darzustellen und gar nicht richtig erkannt werden zu können – die Alternative, die Zuschreibung durch falsche Politik zu erhalten, wurde von Demoskopern nicht thematisiert, da diese Fragestellung so anfangs nicht existierte und höchstens als Defizit für die Ansprache von bestimmten Zielgruppen definiert wurde.

Die CDU stellte ihre Repräsentation auf Parteiämter ab und war bemüht, darüber symbolisch die Vertretung ihrer gesamten protestantischen Wählerschaft darzustellen. Damit sollte ihr überkonfessioneller Charakter unter Beweis gestellt und Wähler angelockt werden. Demgegenüber bezog sich die SPD auf die von ihren drei Meinungsforschern vertretene Maxime, daß die SPD falsch in der Öffentlichkeit wahrgenommen und als Partei der Arbeiterschaft beschrieben würde, obwohl sie doch auch Wähler aus anderen Schichten vorzuweisen habe. Der demoskopischen Zuschreibung der Wahrnehmung beider Parteien entsprach damit eine Charakterisierung, die die jeweilige Partei über ihre Wählerschaft abbildete. Die Partei wurde durch ihre Wählerklientel repräsentiert, deren Einstellungen das Bild von der Partei insgesamt präsentierte. Die demoskopischen Beschreibungen präsentierte mittels des repräsentativen Samples einen Gesellschaftsvergleich im Kleinen. Die neue konkrete Vergleichsmöglichkeit mit Grundgesamtheiten der Bevölkerung erlaubte einen ebensolchen Abgleich im Rahmen der Parteienkonkurrenz. Vor allem bot sich dies jenseits der Auswertung repräsentativer Wahlstatistiken innerhalb der politischen Auseinandersetzung an. Dieser Vergleich vermochte die direkte Parteienkonkurrenz an die zweite Stelle zu setzen und die Darstellung der Partei vor dem Hintergrund der gesamten Gesellschaft zu sehen. Erst dann folgte ein möglicher Vergleich mit der konkurrierenden Partei, und zwar vermittelt über die Durchschnittswerte der Bevölkerung: Welche Partei besaß wie viele Wähler aus der Arbeiterschaft, Mittelschicht, Oberschicht, Angestellte, Frauen und Männer, ältere und junge Wähler? Und entsprachen die Anzahlen der jeweiligen Gruppierungen denen der Wählerschaft, das

²³⁶ Mitglieder gehörten als Repräsentanten der Partei auch dazu, fallen in dieser Betrachtung aber weitgehend heraus und werden statt dessen in einem gesonderten Teilkapitel behandelt, vgl. Kap. 4.2.e.

heißt wie repräsentativ war die Wählerschaft einer Partei im Verhältnis zur Zusammensetzung der Gesellschaft?

Diese darauf erfolgenden demoskopischen Abbildungen von Parteien und ihrem Verhältnis zur gesamten Gesellschaft (der wahlberechtigten Bevölkerung) veranlaßten die CDU in den fünfziger Jahren, von sich selber als ›Volkspartei‹ zu sprechen. Für diesen Zeitraum war die Indienstnahme der Repräsentativität der Partei allerdings nicht mit konkreten Zahlen ausgestattet, sondern verließ sich auf allgemeinere Formulierungen, die den noch nicht ›demoskopisch gebildeten‹ Zuschauern eher geläufig waren und Anschlüsse an bekannte Vorstellungen ermöglichten. Nach innen wurde die soziographische Abbildung der Wählerschaft der zwei Parteien hingegen reflektiert.²³⁷ Für ›das Volk‹ brauchte es keine zahlenmäßigen Angaben; erst die sozialwissenschaftlich gebildete Gesellschaft konnte mit anderen Beschreibungsmaßstäben, nämlich quantitativen, nach Rollen und Typen definierten Kennzeichnungen etwas anfangen. Was daher unter einer Volkspartei zu verstehen war, blieb zunächst im Dunkeln. Die CDU nahm hier generell in Anspruch, mittels der Wählerschaft die Bevölkerung zu repräsentieren und damit auch die Erlaubnis, für alle sprechen zu dürfen, wobei der Anspruch auf die Volksvertretung für die CDU vielmehr mit der konfessionellen Ausgeglichenheit zu tun hatte. Die SPD beanspruchte die Bezeichnung als Volkspartei ebenfalls, hatte aber als Repräsentantin des Volkes eher die Interessenvertretung der Mehrheit der Bevölkerung, die Arbeiterschaft beziehungsweise den ›kleinen Mann‹ im Blick, was zu einer Forderung führen konnte wie: »Wir müssen Volkspartei werden, ohne aufzuhören, eine Partei der Arbeiterschaft zu sein.«²³⁸

Über die wissenschaftliche Definition der ›Volkspartei‹ und ihre Nutzung als politische Kampfvokabel ist bereits viel geschrieben worden.²³⁹ Hier soll es ausschließlich um die demoskopische Relevanz des Begriffs und die entsprechende Nutzung als Kategorie der (Selbst-)Beschreibung gehen. Seine Attraktivität lag vornehmlich in der Offenheit und Assoziationsweite, die gleichzeitig den Vorzug besaß, immer wieder auf das gesellschaftliche Ganze als konsensuale Einheit zurückgeführt werden zu können. So ermöglichte der Begriff eine Anschlußfähigkeit an allgemeine und bekannte Vorstellungen der Gesamtheit der Bevölkerung, wobei der Eindruck eines Volksbegriffs mit völkischen Aspekten ambivalent blieb. Es war möglich, sich an der Wählerschaft orientieren, ohne den Zustand der Mitgliedschaft in der Partei thematisieren zu müssen, denn entweder bestand die Partei wie die CDU als Honoratiorenpartei mit einem entsprechend geringen Interesse an Mitgliedern und Organisation, oder es gab Schwierigkeiten beziehungsweise Unwillen mit Blick auf die Mitgliederbeschreibung, wie für beide Parteien konstatiert werden kann. Letztlich

²³⁷ Vgl. Otto Lenz, »Das politische Klima in der Bundesrepublik« vom 6. 9. 1952 vor dem CDU-Bundesausschuß, ACDP I-172-009 (2); vgl. auch Kap. 2.2.a, S. 92.

²³⁸ Brandt, PV-Sitzung am 17. 9. 1953.

²³⁹ Statt der Fülle an Literatur sei nur auf das immer noch gültige Standardwerk zur ausführlichen Analyse des Volksparteianspruchs und der Nutzung des Begriffs verwiesen: A. MINTZEL, Die Volkspartei, 1984.

diente die Nutzung des Volksparteibegriffs als Selbstbeschreibung demonstrativen Zwecken der Legitimation und der Werbung. Für die CDU untermauerte der Begriff den Anspruch, für das ganze Volk zu sprechen, und für die SPD stellte er eine Öffnungsmöglichkeit aus der selbstgewählten Isolation der fünfziger Jahre dar.²⁴⁰

Die Strategien gingen mit jeweiligen demoskopischen Erklärungsmustern einher und gestalteten sich unterschiedlich, vor allem aufgrund der unterschiedlichen Startpositionen. Während die CDU Regierungsämter nach dem konfessionellen Proporz besetzen konnte und damit für sich mit dem Vorbild, die Protestanten zu integrieren, werben konnte, nahm die SPD einen Weg, der von den traditionellen Vorstellungen einer Massenpartei ausging und auf soziale Repräsentation setzte.²⁴¹ Die von Adenauer erfolgreich betriebene konfessionell-repräsentative Abbildung sowohl in Ämtern wie zur internen Integration in Gremien war eine Idee, die schon bald in der CDU und zum Beispiel später in den Bemühungen um Frauen als Wähler wie als aktive Mitglieder wieder aufgegriffen wurde. Der von Meinungsforschern für Wähler konstatierte Wunsch, sich selber repräsentiert zu sehen, dadurch (besser) vertreten zu fühlen und dann der entsprechenden Partei zuzuwenden, wurde zum zentralen Argument, um zu einer erfolgreicherer Ansprache zu gelangen, sowohl mit Blick auf die Wählerschaft als auch auf die Aktivität in der Partei. Gerade die hervorstechenden Zielgruppen Frauen und Jungwähler »profitierten« von dieser Vorstellungsmaxime.

Mit dem demoskopischen Diskurs hielten andere Vorstellungen von Repräsentation und Werbung Einzug in die Parteispitze der SPD. Dabei wurde die SPD als »Volkspartei« zunächst nur als defizitär in ihrer gewählten Selbstdarstellung erklärt, wobei die Öffnung hin zu neuen Wählerschichten, die bisher unterrepräsentiert waren, das Ziel war. Der Weg dorthin führte aber nicht (allein) über die Repräsentation qua Parteiamt, sondern über die Darstellung als Partei in allen Facetten. Diese Vorgehensweise begründete sich demoskopisch damit, daß zwischen den Beobachtungen der Wähler und der Partei selber eine große Lücke klappte. Es wurde angenommen, daß nur ein grundlegender Wandel diese Lücke schließen könne. Die Vorstellungen sollten überein gebracht werden, indem die Bevölkerung eine neue Ansicht im doppelten Sinne erhielt. Die Wahrnehmung der Partei als Partei der Arbeiterschaft wurde zum Dreh- und Angelpunkt der Überlegungen zu einer Veränderung der gesamten SPD aufgrund der Annahme, daß nur dies überhaupt die Chance bieten könnte, sich Gehör zu verschaffen und damit Möglichkeiten zur Überzeugung zu gewinnen. Erst müsse sich das »Leitbild« der SPD wandeln, bevor überhaupt an wechselnde CDU-Wähler zu denken sei, meinte Infas 1960: »Sozialdemokratische Werbearbeit muß im wesentlichen darauf abzielen, der Partei ein ak-

²⁴⁰ Karsten Rudolph z. B. sieht in dem von der SPD verwendeten »Volkspartei-Begriff« der sechziger Jahre eine Strategie zur Ausweitung der Wählerbasis, der gleichzeitig Verbote einer kaum beherrschbaren Komplexität bei Einlösung des Versprechens war. Vgl. K. RUDOLPH, *Jahrzehnt der Volksparteien*, 2000.

²⁴¹ Die Integration über konfessionellen Proporz ist ein wichtiges Instrument der internen Parteiorganisation in F. BÖSCH, *Die Adenauer-CDU*, 2001, insbes. S. 110–118.

zeptables ›Gesicht‹ zu geben. Das wird nie durch eine einzelne Parole – und sei sie noch so durchschlagend – zu erreichen sein.«²⁴² Damit argumentierte Infas mit dem Stimulus-Response-Modell. Die grundlegende Annahme war dabei, daß eine in eine Richtung ausgesandte Informationen bei einem Empfänger eine bestimmte Wirkung erzielte. Jedoch war das lineare Modell hier durch die intervenierende Variable der Kognition des Empfängers gebrochen. Die Überlegungen beruhten auf der Grundlage des Wissens um die ›selektive Wahrnehmung‹, die entlang eines Kognitionsmodells verlief, das auch das Theorem der ›kognitiven Dissonanz‹ beinhaltet. Demnach sahen Wähler die ›eigene‹ Partei immer in einem besseren Licht als die gegnerische Partei, da sie sich selber gut bewerten wollten. Es mußten dementsprechend Ansprachen gewählt werden, die zu den potentiellen Wählern durchdrangen, ohne von vorneherein abgeblockt zu werden. Die Erkenntnis, Anschlußfähigkeit durch die Ansprache vertrauter (gemeint: nicht abschreckender) Bilder herzustellen, wurde zentrale Aufgabe der Demoskopie zu Beginn der sechziger Jahre, nicht nur in der SPD. Vielmehr galt diese Annahme als psychologische Grundregel der Wahlwerbung.

Die Anpassung an die Wahrnehmung der Wähler wurde bei der SPD plakativ als Verschiebung »von dem Ressortdenken der Politik zum Ressortdenken der Wähler« propagiert.²⁴³ Dementsprechend beschäftigten die Meinungsforscher die SPD und sich mit psychologischen Fragen zum Abbau von Vorurteilen und soziologischen Untersuchungen zu Parteienstereotypen. Das Erscheinungsbild wurde zunächst ex negativo bestimmt: weg von der Partei der Neinsager und der Arbeiterschaft. Letzteres wurde anfangs von den Demoskopern in der Ansage der Zielrichtung nur angedeutet: Die SPD müsse »zu einer toleranten, mit der Zeit gehenden Partei werden, an der der Vorwurf der Radikalität, der Intoleranz, der ständigen Nörgelei, der fehlenden Mitarbeit abprallt.«²⁴⁴

Um dieses Image der SPD zu verändern, mußte sich ihre Selbstdarstellung prinzipiell verändern. Dies bezog Infas zum einen auf die thematischen Perspektiven der Partei, aber auch auf die konkret darstellerischen Aspekte sowie die Partei als Organisation. Die Partei sollte dies durch ihr Verhalten unter Beweis stellen: Sie sollte sich kommunikativ ändern, sich öffnen und überhaupt aktiv werden.²⁴⁵ Die an unterschiedlichsten Stellen verwendeten Vokabeln »Sympathiewerbung«, »Vertrauenswerbung« und »good will« umschrieben die Vorgehensweise seit Ende der fünfziger Jahre. Eine mediale Aufbereitung des Erscheinungsbildes wurde nur mit halber

²⁴² Infas, »Befunde. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung I, 30.1.1960«, AdsD NL Anders 3.

²⁴³ Liepelt, Vortrag in Planungsstab am 2. 6. 1964, AdsD PV 0911.

²⁴⁴ Infas, »Konturen und Positionen im Bundestagswahlkampf. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung der SPD II/5, 11. 1960«, S. 7, AdsD PV 0984; für die Bemühungen der folgenden Jahre vgl. Vermerk Klaus Helfer an Karl Garbe am 18. 9. 1962, »Ermittlung der Parteien-Stereotype«, AdsD PV 0709.

²⁴⁵ Vgl. für die Rolle der Mitglieder dabei Kap. 4.2.e; für die Aktivierung A. KRÜKE, »Responsivität«, 2006.

Kraft betrieben in der Annahme, darin der gegnerischen Partei finanziell ohnehin zu unterliegen. Zeitversetzt wurde die sich diesen Vorschlägen anschließende Debatte öffentlich geführt. Die Suche nach einem neuen Erscheinungsbild und damit einem neuen Selbstverständnis wurde sowohl als Zeichen der Unsicherheit als auch als strategische Öffnung nach außen kommuniziert, zum Beispiel auf Parteitag. Die demoskopische Thematisierung und Beschreibung nach Kategorien der Wahrnehmung von außen setzte einen Prozeß der Thematisierung der Außendarstellung in Gang. Die Selbstdarstellung wurde damit zu einem explizit reflektierten Prozeß, indem die soziologische (Selbst-)Beschreibung der Gesellschaft als nach innen gerichtete Legitimation der eigenen Vorgehensweise genutzt wurde.

Aus der Marktforschung wurde die Idee der ›Marke‹ übernommen, um Wiedererkennungseffekte planbar, spezifische Aspekte als Oberflächenerscheinung nutzbar und das Image generell modulierbar zu machen. Das ›Corporate Design‹ als einheitliches Erscheinungsbild wurde Pflicht für die SPD, bei der dieses Prinzip zu Wiedererkennung gleich zum Wahlkampf 1965 durch die Regionalisierung wieder gebrochen wurde. Diese sollte sich durch »Heimatsymbole« ausdrücken, welche wiederum von den lokalen Kandidaten benutzt werden sollten.²⁴⁶ Aufgebaut wurde das Markenbild aber nicht allein durch eine ansprechende Oberfläche, auf ihr sollten auch weitere Merkmale der Wiedererkennung platziert werden, um noch nicht entschiedenen Wählern eine Annäherung zu erleichtern. Um das gesuchte »Vertrauen« zu erhalten, mußte eine Vorleistung erbracht werden. Diese sollte in dem Nachweis bestehen, daß man als Partei das Vertrauen verdiente. Das war ein schwieriger Zirkelschluß, der darüber aufgelöst wurde, daß zuerst festgestellt werden sollte, worin die Gründe für die fehlende Zustimmung bestanden, um diese dann gezielt aus dem Weg zu räumen. Als Vorleistung sollte sich die SPD so darstellen, wie potentielle Wähler es wünschten. Durch die Stimmabgabe würde dann das gewünschte Erscheinungsbild erzielt und umgesetzt – die SPD würde durch die Wähler zu dem, was sie zuvor nur zu sein vorgegeben hatte. Die konkrete Vorgabe, sich als Volkspartei zu präsentieren, wurde semantisch durch das Bedürfnis, die Mittelschicht zu gewinnen, ausgedrückt. Offiziell gaben jedoch beide Parteien seit den 1950er Jahren gerne Presseerklärungen zu ihrem guten Abschneiden bei Wahlen in dieser oder jener Wählergruppe ab. Der sich herausbildende demoskopische Diskurs des Erscheinungsbildes als Volkspartei unter den verschiedenen definitorischen Aspekten der Wählerschaft, der Mitgliedschaft und der Vertretung aller Gruppen im Parlament diene als Grundlage des Anspruchs, eine allgemeine Vertretung der Interessen der gesamten Bevölkerung wahrzunehmen.

Eine entsprechende Dreiteilung möglicher Beschreibungsdimensionen des Erscheinungsbildes verbreitete sich in der CDU erst im Laufe der sechziger Jahre. Zuvor war die Charakterisierung der CDU als Volkspartei auf die Balance der Konfessionen gemünzt gewesen. Weitere Zuschreibungen wie die eines christlichen

²⁴⁶ Zu dieser zentralen Vorgehensweise zur Herstellung eines Erscheinungsbildes und seiner gleichzeitigen geplanten Durchbrechung vgl. auch W. BRANDT, *Ansprache*, 1965.

Selbstverständnisses und der damit verbundenen Wählbarkeit für alle Schichten gehörten zum selbstverständlichen und nicht demoskopisch explizit thematisierten Repertoire, in dem monatlich die Parteipräferenzen nach soziologischen Zusammensetzungen, Themen etc. abgefragt wurden. Diesbezüglich stellte sich bei der CDU jedoch mit der Auflösung der Parteibindungen ein Umdenken ein, da die als Kern der Partei betrachteten katholischen Wähler zunehmend SPD wählten. Noch 1961 hatte sich Kraske um eine Verständigung über Anstrengungen zur Veränderung der immer noch vorhandenen Wahrnehmung als katholische Partei mit Eugen Gerstenmaier bemüht, der als symbolischer Repräsentant der protestantischen Wähler galt. Er nahm an, daß gerade dies die Wechselwähler aus dem protestantischen Bereich abschrecken würde.²⁴⁷ Doch der bereits erfolgreiche Wandel zugunsten einer stärkeren Vertretung protestantischer Wähler in der CDU-Wählerschaft stellte sich als eine Facette der Säkularisierung heraus.

Die Perspektive auf das Erscheinungsbild der Partei war nicht unwesentlich von der demoskopischen Forschung beeinflusst worden, die auf die Lockerung der Parteibindungen und die daraus hervorgehenden Möglichkeiten der Gewinnung neuer Wähler verwies, ohne auf den zurückgehenden Wahlautomatismus im eigenen Bereich hinzuweisen. Seit dem Beginn der sechziger Jahre hatten Wahlforscher, die die CDU zur Beratung eingeladen hatte, die demoskopische Forschung kritisiert. Sie warfen der CDU vor, die Parteienforschung zu vernachlässigen.²⁴⁸ Damit trafen sie ins Schwarze, denn der Sinn der Forderung leuchtete sowohl den Verantwortlichen der Öffentlichkeitsarbeit wie den verantwortlichen Parteireformern ein. Damit besaß die CDU ein ähnlich gelagertes Problem wie die SPD, die im Laufe der sechziger Jahre bemerken mußte, daß es nach der Öffnung zu weiteren Wählerschichten nicht garantiert war, daß sich die ›alten‹ Stammwähler weiterhin für die SPD entschieden. Die CDU erweiterte ihr Erscheinungsbild Mitte der sechziger Jahre um die Kategorie ›Partei‹. Der demoskopische Befund, daß die CDU ihr Erscheinungsbild anpassen müsse, war bereits 1963 zum Kanzlerwechsel und der in diesem Umfeld forcierten Parteireform vorgebracht worden. Allerdings waren die Spuren der Selbstdarstellung so eingefahren und erfolgreich, daß die CDU sich kaum in der Praxis davon zu lösen vermochte.²⁴⁹

Parallel zur Debatte um das christliche Selbstverständnis in der Programmatik der CDU gerieten die christlichen Aspekte ihrer Selbstdarstellung in den Blick. Demnach waren es nicht mehr so sehr die evangelischen Wähler oder die wiederzugewinnenden Katholiken, die neu angesprochen werden mußten. Das christliche Bild als solches wurde zu einem Problem. In Vorbereitung auf die Bundestagswahl 1965 be-

²⁴⁷ Vgl. Brief Kraske an Gerstenmaier am 12. I. 1961, ACDP VII-001-027/2.

²⁴⁸ Namentlich warfen sowohl Rudolf Wildenmann als auch Viggo Graf Blücher dies den Verantwortlichen der CDU auf dem ersten ›theoretischen Colloquium‹ am 5./6.7.1963 vor, ACDP VII-005-013/3.

²⁴⁹ Es gab z. B. Aufruhr in der Parteiführung, als ein entsprechend (vorsichtig) kritisierender Artikel von Elschner 1965 erschien, der ihn fast um seine Anstellung gebracht hätte. Vgl. Briefwechsel Heck/Ludwig Erhard, Okt. 1966, ACDP VII-001-030/1; G. ELSCHNER, 20 Jahre CDU, 1965.

faßte sich die CDU erstmals mit der Konzeption der Selbstdarstellung als Partei mit Blick auf ihr christliches Selbstverständnis. Nun wurde ein nichtchristlicher Bedeutungsüberschuß für eine Bindung an die CDU für ›religiös indifferent‹ Wähler gesucht, während zuvor die Frage nach dem Erscheinungsbild der CDU nahezu selbstverständlich durch die Frage nach konfessioneller Balance dominiert und durch Adenauers Erscheinungsbild nahezu substituiert worden war.²⁵⁰ Vor dem Bundesparteitag 1966 wurde dementsprechend gemahnt, man müsse sich den der Kirche indifferent gegenüberstehenden Christen widmen, um dem Problem der »Entkirchlichung« zu begegnen.²⁵¹ Im Ablösungsprozeß von Adenauer verhalten die demoskopischen Beobachtungen zu einer expliziten Reflexion der Partei. Auf diese Weise wurde die Vorstellung der sozialen Repräsentation einer Volkspartei forciert und als Überformung des Images im Laufe der sechziger Jahre präsentiert:

»Entscheidend ist, daß die Partei das Image einer Volkspartei besitzt. Das ist viel wichtiger als die Feststellung, daß statistisch die soziale Struktur der Parteianhängerschaft mit der Gesamtbevölkerung übereinstimmt. Das letztere ist nur dann der Fall, wenn sich aufgrund des Image der Partei auch Wähler aller sozialer Gruppen für diese Partei entscheiden. Der Wandel der Struktur der Parteianhängerschaft ist also ein Indiz für den Wandel des Images einer Partei, zu oder weg von einer ›Volkspartei‹.«²⁵²

Grundlage dieser Überlegungen war der Befund, daß sich die Wählerschaften der beiden Parteien ähnelten. Die Wählerschaft beziehungsweise demoskopisch: Anhängerschaft der CDU wurde in Augenschein genommen und mit der Zusammensetzung der Partei in der Mitgliedschaft verglichen. Es wurden sozialstrukturelle Übereinstimmungen von demoskopisch festgestellten Anhängern mit der tatsächlichen Mitgliedschaft geprüft sowie deren Repräsentativität in Bezug auf die gesamte Wählerschaft untersucht. So entstand 1964 eine ganze Reihe von Vermerken, Notizen und Darstellungen zur Frage der CDU als Volkspartei und der Leistungen der einzelnen Vereinigungen der CDU, die sich mit ihren Werbungsleistungen für die Partei, ebenso wie Prioritätenlisten der Wähler, Popularitätsangaben und Sympathien für Parteien beschäftigten.²⁵³ Hier ließen sich aus den gruppenbezogenen Angaben Zielgruppen durch Korrelationen definieren, die in den Fokus der Beobachtung und damit der Bearbeitung durch die Öffentlichkeitsarbeit gerieten. Mit Blick auf das Erscheinungsbild wurde der Zerfall der Parteibindungen innerparteilich als Chance auf neue Bindungen gedeutet:

»Darin mag man einen Wandel der Parteien von der Interessen- und Klassenpartei zu einer politischen Partei sehen. [...] Die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe ist zweifellos ein Faktor für die Wahlentscheidung, zu dem jedoch mannigfaltige andere hinzutreten. [...]

²⁵⁰ Vgl. die häufigen Berichte mit Umfragen zu Adenauer vom IfD. Vgl. Berichte zwischen 1950 und 1961, BA, ZSg 32.

²⁵¹ Vgl. Diskussion mit Blick auf Landtagswahlen auf der Präsidiumssitzung am 22. 4. 1966, ACDP VII-001-056; Heck, Kurzprotokoll einer Rede am 14. 7. 1966, ACDP VII-001-031/1.

²⁵² Vorlage Bachem für Kraske am 19. 10. 1964, »Soziologische Struktur der Parteianhängerschaften im Zeitvergleich«, ACDP VII-004 BGSt, Abt. III Elschner: Parteienpräferenz (unverzeichnet).

²⁵³ Vgl. u. a. Vermerk Bachem für Kraske am 29. 10. 1964, »Die CDU als ›Volkspartei‹«, ebd.

Weltanschauliche Momente spielen eine weniger wichtige Rolle für die Sympathie für eine Partei. Das betrifft auch die Motive des Klassenkampfes. [...] Ob neue oder alte soziale Strukturen stärker wirken, in welchem Verhältnis und unter welchen Bedingungen, ist eine offene Frage.«²⁵⁴

In dieser Vorstellung verbarg sich die Idee eines vom ideologischen Ballast befreiten, rationalen Wählers. Dies suggerierte zumindest die Umfrageforschung, die mit ihren voranschreitenden technischen Möglichkeiten in der Lage war, nun weitere Variablen der Wahlentscheidung zu verarbeiten und dadurch die Veränderbarkeit in der Zusammensetzung der Wählerschaft mittels der einzelnen Variablen, die die Partei zu gestalten und beeinflussen vermochte, hervorzuheben. Die Meinungsforschung deutete die Angleichung der Parteienwählerschaft auf der Grundlage einer echten Wahlmöglichkeit, die mittels verbesserter Kommunikation, nicht notwendigerweise mittels anderer Programmatik erfolgte. Dabei blieb die Sichtweise bestehen, daß die Wähler sich veränderten, die über die Ansprache der Parteien eingefangen wurden. In der Lesart der Demoskopien reagierten Parteien nur auf die Veränderungen der Umwelt oder antizipierten die Veränderungen, um lenkend in die neuen Meinungsgestaltungen der Wähler einzugreifen. Daß dadurch die Parteien selber mobil wurden und sich bewegten, fiel in der Umfrageforschung nicht auf, da die zentralen Begriffe der Selbstbeschreibung, wie zum Beispiel bei der CDU mit ›Sicherheit und Ordnung‹ zusammen mit ›Frieden‹ und ›Stabilität‹, erhalten blieben. Sie waren zentrale Elemente aller internen, demoskopischen Selbstbeschreibungen der politischen Situation zwischen 1967 und 1970. Auf diese Art und Weise blieb die Spur des eigenen Denkstils erhalten, auch wenn die Kategorien nun anders operationalisiert wurden.

Auf diese Weise wurde das ›Profil‹ der CDU nun als gestaltbar begriffen und in die demoskopische Zweck-Mittel-Relation eingespannt. Das Stichwort ›Profil‹ fiel zwar erstmals in den Colloquien, doch es dauerte einige Jahre, bis es von ersten Betrachtungen dieser Art bis zu einem Prinzip der politischen Kommunikation geworden war. Die Gestaltung des Images der Partei wurde als notwendig erkannt, als in der Großen Koalition ein direkter Vergleich der Parteien in ihrem Erscheinungsbild erfolgte, der die CDU als hinter der SPD zurückbleibend kennzeichnete. Erst als die Selbstverständlichkeit der Selbstbeschreibung und der demoskopischen Wahrnehmung als alleiniger ›Regierungspartei‹ verschwand, wurde ein Handlungsbedarf konstatiert. Diese Befunde wurden vor allem im Zusammenhang mit der Untersuchung zu »1 Jahr Große Koalition« konstatiert und Gestaltungschancen entlang der Wahrnehmung, was eine neue Partei ausmache, beschrieben.²⁵⁵ Damit wurde das Prinzip einer parteipolitischen ›Profilbildung‹ in der Vorbereitung des Wahlkampfes 1969 etabliert, parallel zum auf den Kanzler Kiesinger abgestellten

²⁵⁴ Bachem, »Wählerstruktur der Parteien«, o.D. [1964], ebd.

²⁵⁵ Vgl. die erstmalige Erwähnung eines »Profils« der CDU im Präsidium der CDU am 19.1.1968, ACDP VII-001-332/1; verschiedene Berichte zur Untersuchung »1 Jahr Große Koalition« in ACDP VII-004 BGSt, Abtl. III Elschner: Große Koalition (unverzeichnet).

Wahlkampf. Zu dieser Entwicklung hatte auch beigetragen, daß die bei der CDU traditionell auf ihre Vorsitzenden und Kanzler hin abstellende Umfrageforschung 1965 mit der Einschätzung der Tragfähigkeit des Erhard-Images einen Fehlschlag erlitten hatte. Der daraufhin stärker beachtete Faktor ›Partei‹ wurde in den folgenden Jahren zum Beispiel durch Bemühungen um ein anderes Erscheinungsbild, wie durch ein neues Logo, gepflegt.²⁵⁶ Damit beschriftet die CDU denselben Weg zur Veränderung der Selbstdarstellung nach ›Marken-Überlegungen wie die SPD, die auch zuallererst die Oberfläche – also das äußere Erscheinungsbild der Partei – überarbeitet hatte. So hatte sich das Äußere der CDU erneuert, in den Umfragen wurde die CDU jedoch nun mit negativen Eigenschaften verbunden. In der Frage, wie eine demokratische Partei aus Sicht der Unionswähler auszusehen habe, wurden die Zuschreibungen »tüchtig« und »zuverlässig« genannt. Letzteres, verknüpft mit Erfahrung und persönlichen Qualitäten, konnte die CDU in den Umfragen nachweisen, »Tüchtigkeit« oder »Funktionsfähigkeit« nicht, denn darunter wurden »Fortschrittlichkeit durch Beweglichkeit, Phantasie und Mut zu Experimenten« und das Vorhandensein von Fachleuten verstanden.²⁵⁷ Daher setzte die CDU in der Beobachtung zur Vorbereitung und Durchführung des Wahlkampfes erneut auf den Kanzler als entscheidende Kategorie der Repräsentation. Nach der Wahl 1969 schien das Erscheinungsbild dann dringend überholungsbedürftig: »Das Bild der Stabilität schlägt um in das der Starrheit und bloßen Reaktion. Hier bedarf es dringend der Dynamisierung des Vorstellungsbildes von der CDU durch ein initiativreicheres und aktives politisches Handeln.«²⁵⁸ Jedoch wurden die notwendigen Veränderungen dahingehend relativiert, daß lediglich eine »Imageakzentuierung« statt eines »Imagebruches« vonnöten sei.²⁵⁹ Dabei seien »Sicherheit, Stabilität und Ordnung« als wichtigste Eigenschaften der CDU »absolut positiv besetzte Werte«, wobei sie jedoch leistungsbezogen als »verstaubt, passiv, etabliert und verbraucht« gelte, so daß sie nun in einem gewissen Sinne ›ergänzend‹ zu einer ›aktiveren, tüchtigeren, mobileren und problembewußteren Partei‹ werden müsse, dabei aber »im Grunde doch die alte CDU, die vorwiegend Stabilität und Sicherheit wieder verheißt«, bleiben müsse.²⁶⁰ Damit löste sich die traditionelle Vorstellung von Repräsentation in der CDU weiter auf. Nun wurden Anforderungen unter den Assoziationen ›Leistung‹, Dynamik/Aktivität und Sach- oder Expertenwissen erhoben, in

²⁵⁶ Vgl. dazu Kap. 2.4.a.

²⁵⁷ Heck, »Kurze Unterrichtung über die wichtigsten Leitlinien für den Bundestagswahlkampf 1969« (Vortrag vor der Bundestagsfraktion), ACDP VII-003-016/1; vgl. auch das folgende Teilkapitel zu Personen.

²⁵⁸ Gerhard Elschner, »Praktische Folgerungen aus den Analysen des Bundestagswahlergebnisses von 1969 für die CDU«, S. 12, ACDP VII-003-068/1.

²⁵⁹ Gerhard Elschner, Wahlanalyse am 13. 3. 1970 vor dem Bundesvorstand, S. 10f., ebd.

²⁶⁰ Zitat 1: Gerhard Elschner, »Praktische Folgerungen aus den Analysen des Bundestagswahlergebnisses von 1969 für die CDU«, S. 11f., und Zitat 2: Gerhard Elschner, Wahlanalyse im Bundesvorstand am 13. 3. 1970, S. 11, ebd. Erstere Quelle war das Manuskript des Vortrags.

denen die SPD »turmhoch« führte und denen sich die CDU in ihrer Ausrichtung zu einer neu zu gewinnenden Führung anpassen mußte.²⁶¹

Bei der SPD trat ebenfalls ab Ende der sechziger Jahre die »Profilbildung« in den Vordergrund, die das Erscheinungsbild anhand verschiedener Kategorien definierte. Dies lag auch an der Verschiebung der Ausrichtung der Beobachtung durch die Institute: Während Infas sich mittels der »Kontrastgruppenanalyse« weiterhin auf die Wählerschaft und eine sich daran anschließende Beschreibung der Partei konzentrierte, achtete Infratest anhand sogenannter »Polaritätenprofile« stärker auf die Wahrnehmungskategorien, anhand derer die Parteien beurteilt wurden. Die Verfahren waren dabei methodisch ähnlich, da sie beide auf der Zuordnung dichotomisch angeordneter Eigenschaften basierten. Dennoch unterschieden sie sich grundlegend durch die verwendeten Kategorien. Die Beobachtungen beruhten nicht mehr ausschließlich auf der Unterscheidung Wählerschaft, Partei und Themen und der Frage nach der Übereinstimmung von Partei-Wählerschaft und Gesellschaft. Für die Charakterisierung wurden von beiden Instituten populäre Gegensätze aufgelistet. So waren dies beispielsweise 1973 bei der Infratest-Umfrage zur Wahrnehmung der Parteien:

Abbildung 8: Polaritätenprofil

fortschrittlich	rückständig
einig	zerstritten
trifft notwendige außenpolitische Entscheidungen	drückt sich um notwendige außenpolitische Entscheidungen
sorgt sich um das Gemeinwohl	nur an eigener Macht interessiert
hält was sie verspricht	hält nicht, was sie verspricht
sozialistisch	kapitalistisch
für eine Politik, die stärker das Gemeinwohl begünstigt	für eine Politik, die hauptsächlich private Interessen begünstigt
hat genügend fähige Politiker an der Parteispitze	hat zu wenig fähige Politiker an der Parteispitze
vertritt populäre Steuerpolitik	vertritt unpopuläre Steuerpolitik
glaubwürdig	unglaubwürdig
für eine Modernisierung der Marktwirtschaft	gegen eine Modernisierung der Marktwirtschaft
trifft notwendige innenpolitische Entscheidungen	drückt sich um notwendige innenpolitische Entscheidungen
arbeiterfreundlich	unternehmerfreundlich
hört auf den Rat von Fachleuten und Experten	hört nicht genug auf den Rat von Fachleuten und Experten
für die Armen	für die Reichen

Quelle: Infratest, Polaritätenprofil, September 1973, Anhang zum Politikbarometer, AdSD 1/AMAD000229.

²⁶¹ Heck, »Kurze Unterrichtung über die wichtigsten Leitlinien für den Bundestagswahlkampf 1969« (Vortrag vor der Bundestagsfraktion), S. 3 ff., ACDP VII-003-016/1.

Bezeichnenderweise benutzte die CDU in ihren Kontrastabfragen das Doppel »konservativ/progressiv«, bei dem »konservativ« mit positiven Werten besetzt und »progressiv« mit »Risiko und Unordnung«, zu kennzeichnen sei.²⁶² Die Zuschreibung in diesen Profilen fand in einer Skalierung zwischen eins und sieben statt, das heißt je näher die Zuschreibung an die vier heranrückte, desto unentschiedener und weniger profilträchtig sah das Ergebnis aus. Diese Skalierung hatte sich in allen regelmäßigen Abfragebereichen zu Anfang der siebziger Jahre durchgesetzt, so daß auch dringliche Aufgaben sowie generelle Erwartungshaltungen an eine Politik anhand von Skalierungen gemessen wurden. Die Wiederholungen in den Zuschreibungsmöglichkeiten und die wiederkehrende ähnliche Formulierung in dem oben zitierten Polaritätenprofil dienten den unterschiedlichen Betonungen der jeweiligen Zuschreibungen. Sie sollten als Präzisierungsmechanismus die Nuancen und Mehrdeutigkeiten der Beschreibungen auffangen, um damit die polysemische Struktur der Antworten auszugleichen. Durch die Erforschung von Erwartungshaltungen, Bewertungen der Leistung (Leistungsbeurteilung Regierung/Opposition als eigener Fragenkomplex) und Zuschreibungen von Eigenschaften, die wiederum mit den einzelnen Wählergruppen nach der Stärke ihrer Parteibindung korreliert wurden, wurden die Beschreibungen einer Partei vervielfältigt. Gleichzeitig wurden Parteien durch die auf Leistung zielenden Kategorien (Erwartungen, Interessen, Leistungen) aber auf einen zu erfüllenden Steuerungsanspruch festgelegt, der sich mit Hilfe der Wissenschaft immer konkreter als politisches Problem, das es zu lösen galt, formulieren ließ. Die Schärfung der Profile anhand dieser Bewertung stieß, ganz ähnlich den Zielgruppen, Mitte der siebziger Jahre an die Grenze ihrer Umsetzbarkeit. In ihrer Ausdifferenzierung produzierten die Themen immer exaktere und schließlich nicht einlösbare Regulierungsansprüche.

Die Diversifizierung der Beobachtungsmöglichkeiten der Öffentlichkeit anhand verschiedener Kategorien ließ aber auch die Gesamtbewertung durch die unterschiedlichen Perspektiven, die mit den Kategorien verbunden waren und darin unterschiedliche Klientelgruppen betrafen, schwierig werden. Ein Beispiel zur Darstellung der SPD in einer Trendumfrage 1975 kann dies verdeutlichen: So verlor die SPD beispielsweise im Juni 1975 zwar insgesamt an Glaubwürdigkeit (über einen Fragenkomplex abgedeckt), dafür hatte sich das »abbröckelnde« Interessenvertretungsprofil« stabilisiert, währenddessen das »Sozialprofil« der SPD in den Zuschreibungsformen als »Partei der Arbeitnehmer«, als »Partei der sozial Schwächeren«, stabil geblieben war. Damit war, so wurde zusammenfassend konstatiert, »das allgemeine Profil als »Volkspartei« erfüllt worden.²⁶³ Die Ausdifferenzierung der Kategorien führte damit letztlich zu einer Reduktion der Volkspartei auf ein »allgemeines Profil«, das nichts anderes war als eine geschätzte Bewertung verschiedener Zahlenbe-

²⁶² Vgl. Heck, »Kurze Unterrichtung über die wichtigsten Leitlinien für den Bundestagswahlkampf 1969«, WK-Gremium am 15./16. 12. 1968, S. 4 f., ebd.

²⁶³ Zumindest wurde dies nach den Daten von Infratest so beschrieben, Vermerk Albrecht Müller, 10. 6. 1975, AdsD, WBA, SPD 114.

funde zu einem Gesamteindruck, der sich bei der SPD entlang der traditionellen Vorstellung als Volkspartei des kleinen Mannes bewegte.

Diese Aufgliederungen nach verschiedenen, nicht kohärenten Kategorien führten zur Herausbildung vieler verschiedener Images, die nicht das Profil schärften, indem sie es unter einer Kategorie zusammenführten, sondern entlang unterschiedlicher Bedürfnisse durch daran angepaßte Kategorien zergliederten. Der Ehrgeiz, Ansprüche, Erwartungen und Bewertungen möglichst genau abzubilden, wurde so vielleicht eingelöst, führte aber auch zur Unübersichtlichkeit und Willkür. Insgesamt wurde die demoskopische Messung eines Volkspartei-Profiles in verschiedene ›Unterprofile‹ ausdifferenziert und korrespondierte auf eigene Weise mit der Entwicklung der Zergliederung der Wählerschaft in Zielgruppen. Andererseits schien diese Unübersichtlichkeit dem Zustand der SPD als einer durch die neuen Mitgliederzuströme fragmentierten Partei zu entsprechen.²⁶⁴

Außerdem, und das hatte schwerwiegende Folgen für die politische Kommunikation, gingen mit den unterschiedlichen Beschreibungen auch entsprechende Anforderungen an die Selbstdarstellung der Partei einher. Sowohl in ihren Beobachtungen wie den darauf folgenden Operationen mußte eine ausgeglichene und für alle akzeptable Darstellung erzielt werden.

Durch einen neu eingeführten Selbstbezug wurde die Profilmessung dynamisiert: »Die Attraktivität einer Partei hängt weniger vom Inhalt und der Richtung ihres Profils ab, sondern von der Tatsache, ob sie ein Profil hat oder ob ein solches nicht existiert.«²⁶⁵ Das schlichte Vorhandensein des Profils (in dem nach unserer Unterscheidung beide Dimensionen abgefragt wurden), war demnach entscheidend, um überhaupt Stimmen auf sich vereinigen zu können. Die Wirkungsweise des Profils, das heißt die Zuschreibung der einzelnen Eigenschaften wurde jedoch nicht allein der Partei selber zugeschrieben, sondern anhand der Performanzen reflektiert (CDU: »perfekt«, SPD: »dilettantisch«) und an eine mediale Präsentation geknüpft: »Man kann dieses öffentliche Erscheinungsbild der SPD wiederum nicht ohne Berücksichtigung der Medienlandschaft diskutieren.«²⁶⁶ Folglich war nicht mehr nur ein Image nötig, daß Wähler ansprach, sondern eine Profilierung, die sich nach Aufmerksamkeit durch Auffälligkeit richtete, also die mediale Brechung und Wahrnehmung mitbedachte. Als entscheidender Faktor für eine positive Profilwahrnehmung galt jedoch die ›Einigkeit‹ und das ›einheitliche Auftreten‹ einer Partei. Über die wiederholte Frage in Umfragen, ob uneinheitliches Auftreten der SPD schade, auf die eine Bestätigung folgte und die Daten ausgebreitet wurde, wurde diese Annahme

²⁶⁴ Vgl. dieses Bild der SPD als zentrale These bei P. LÖSCHE/F. WALTER, *Die SPD*, 1992.

²⁶⁵ Vorlage für den PV am 11. II. 1974, »Wahlanalyse Hessen und Bayern 74: Empfehlungen der Planungsgruppe des PV«, S. 28.

²⁶⁶ Ebd., S. 31. Darin tat die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit genau das, was sie dem Institut Infas als grundsätzliche Inseriosität zum Vorwurf machte: der Zusammenstellung verschiedener Umfrageergebnisse ohne Kontextualisierung zur Untermauerung politischer Interpretationen.

weiter gefestigt.²⁶⁷ Auch die CDU nahm grundsätzlich an, daß die Bevölkerung keine Streitigkeiten in einer Partei wollte, sondern deren Konsens verlangte. Damit blieb sie den traditionellen Annahmen eines bürgerlich definierten Politikstils verhaftet. Sie wendete diese Annahme als Interpretationsmuster der Niederlage 1969 an und kam zu dem Schluß, daß man »mit einer Stimme« sprechen müsse.²⁶⁸ Gerade in den Zeiten steigender Polarisierung übernahmen die politischen Akteure damit demoskopisch untermauerte Erwartungen bundesdeutscher Bürger an die Politik, die von Parteien und ihrer Politik konsensuale Entscheidungen verlangten. Ernst Fraenkel hatte diese Erwartungen an die Funktionsweise einer Demokratie bereits einige Jahre zuvor als falsch verstanden und fehlgeleitet durch die irri- ge Annahme von Gemeinschaft gebrandmarkt. Seiner Meinung nach durfte die aus dieser Erwartungshaltung zwangsweise hervorgehende Enttäuschung als Ursprung der in den sechziger Jahren diskutierten »Parlamentsverdrossenheit« gelten. Zu diesem Vorwurf fügt sich, daß als die wichtigste Eigenschaft einer »idealen Partei« ›Volkspartei zu sein« gemessen wurde.²⁶⁹ Die darin anklingenden Vorstellungen einer Volksgemeinschaft in den Köpfen der deutschen Bevölkerung verpflichteten somit die Parteien auf eine Vorgehensweise, die sie auf Strategien der Einigkeit festlegte, egal, ob es sich um einen innerparteilichen Konsens oder eine parteipolitische Auseinandersetzung handelte, in der Partikularinteressen als ein von Volksparteien vorgebrachtes Argument akzeptiert wurden.

Die Volkspartei blieb, so wie sie in den sechziger Jahren wahlstatistisch und demoskopisch nach Imagevorstellungen definitorisch überformt worden war, die entscheidende Kategorie für die politische Profilbildung. Die komplexen Beschreibungsversuche des Erscheinungsbildes der Parteien stellten strategische Positionierungen im politischen Raum unter den spezifischen Ansprüchen an die Funktionsweisen von Politik und die verschiedenen Wählerschaften dar. Das Ziel dabei war, je nach Bedarf des Publikums und der Bedingungen der Medien den Anspruch auf die gesamte Volksvertretung durch unterschiedliche Beschreibungskategorien zu erheben. Dies zeigten nicht zuletzt die verstärkten Bemühungen um diese Charakterisierung im Wahlkampf 1987, in dem der Volkspartei-Charakter in den Vordergrund der Selbstdarstellung gerückt wurde. Gleichzeitig war er aber auch als defensive Strategie gegenüber der Diskussion um die dann sogenannte Politikverdrossenheit und sinkenden Mitgliederzahlen (gedeutet als: weniger Mitglieder – weniger Volkspartei) zu lesen.²⁷⁰ Die verschiedenen demoskopischen Erscheinungsbilder, die mittels

²⁶⁷ Vgl. Trend, [Infratest], »Untersuchungsprogramm«, Punkt A, Vorlage zum Präsidium am 6. 6. 1968, AdSD Dep. Schmidt 5191; später griff Infas häufig auf dieses Erklärungsmuster zurück, vgl. als Beispiel die Metropolenstudie, Kap. 3.5.d, S. 298.

²⁶⁸ Kraske »über den Stand der Wahlkampfvorbereitungen« im BuVo am 21. 8. 1972, ACDP BuVo-Protokolle 1972.

²⁶⁹ Vgl. E. FRAENKEL, Ursprung der Parlamentsverdrossenheit, 1966; Infratest, »Politische Psychologie, Teilbericht 4: Politische Wertbegriffe«, Mai 1974, S. 5, Unternehmensarchiv Infratest.

²⁷⁰ Vgl. für die Diskussion um die »Krise der Volksparteien« in den achtziger Jahren: U. FEIST/K. LIEPELT, Modernisierung zu Lasten der Großen, 1987; E. WIESENDAHL, Volksparteiensystem

der Skalierung und Ausrichtung an unterschiedlichen Kategorien (Eigenschaften, grundsätzliche Ausrichtung nach Programmatik, Erwartungen/Wünschen etc.) multipel produzierbar geworden waren, besaßen keinen anderen Zweck als den, einen volksparteilichen Anspruch für verschiedene Wählergruppen durchzudeklinieren. Das »Imagebuilding« der Volkspartei ließ sich dabei durch unterschiedliche Kategorien beschreiben und machte nicht Halt bei dem direkten Zusammenhang von Partei und Wählerschaft, sondern entwickelte auch eine Korrelation zur Beobachtung der politischen Akteure in Person der Spitzenpolitiker.

Die politischen Akteure im Visier der Demoskopie

Die Akteure fanden als sinnfällige Repräsentanten der Politik eine frühe Ausleuchtung. Hier bildete wiederum das IfD den Vorreiter, da es das Erscheinungsbild Konrad Adenauers in regelmäßigen Abständen abfragte. Das Institut hatte diese Überprüfung des Images gleich 1950 begonnen und dabei nicht allzu erfreuliche Daten zutage gefördert, die das Bedürfnis einer noch genaueren Beobachtung und einer Veränderung der schlechten Ansichten über Adenauer bestärkten. Die Übertragung der Repräsentation einer ganzen Partei auf eine Person fiel nicht schwer, da die CDU als Partei kaum in Erscheinung trat und dann auch lediglich als »katholische Partei« identifiziert wurde. Über Adenauer, das stand demoskopisch schnell fest, ließen sich mehr Wähler ansprechen als durch die CDU, die erst nach den ersten Umfragen zum Bundeskanzler überhaupt auf Bundesebene gegründet worden war. Bereits vor der zweiten Bundestagswahl etablierten sich regelmäßige Umfragen zur Popularität von Politikern, vor allem den Bundesministern und Spitzenkandidaten, wobei gerade diese Orientierungen an Personen eine mediale Verbreitung von Umfragen forcierten. Das System der Popularitätsabfrage etablierte sich als regelmäßige Abfrage schnell, da es eine sofortige Übersicht und klare hierarchische Aussagen bot: Wer ist am bekanntesten? Wer ist am populärsten? Wen können sie sich als nächsten Bundeskanzler vorstellen? Letztere Frage tauchte 1956 zum ersten Mal auf und verknüpfte ausdrücklich die Frage von Bekanntheit und Popularität mit der Zuschreibung der Anforderung, ein Amt zu bekleiden: »Wer könnte einmal Bundeskanzler werden?«²⁷¹ Damit war diese Form der Darstellung von Umfragen auch mitverantwortlich für die Debatte um den Sinn der Meinungsforschung, die sich ebenso schnell entspann, wie diese Umfragen Verbreitung fanden. Bei schlechten Zahlen wurden Umfrageergebnisse jedoch zurückgehalten, da eine Beschädigung der Person beziehungsweise der gerade geführten Politik befürchtet oder es schlicht für zu peinlich gehalten wurde: Die Veröffentlichung wurde allein als Strategie der Beliebtheits- und Bekanntheitssteigerung beziehungsweise der Förderung der Zustimmung be-

der Bundesrepublik, 1989; R. WILDENMANN, Volksparteien, 1989; für »Politikverdrossenheit« vgl. folgendes Teilkapitel, S. 415f.

²⁷¹ Heck versandte sie als Novität an die Mitglieder des geschäftsführenden Bundesvorstandes mit samt den regulär erhobenen Popularitätswerten, 10. 7. 1956, ACDP VII-001-104/3.

trachtet.²⁷² Adenauer hatte diese Lektion gut gelernt, wenn er beispielsweise dafür eintrat, bestimmte Politiker stärker herauszustellen, weil sie bessere demoskopische Werte aufwiesen als andere Akteure; genauso gut könnte es natürlich auch sein, daß Adenauer diese Angaben nur benutzte, um seine Favoriten durchzusetzen.²⁷³ Im Endeffekt blieb jedoch der Eindruck, daß Popularität über politische Karrieren entschied. Ludwig Erhard bildete dazu das Paradebeispiel: in der Partei wenig gemocht, aber von den Demoskopen gekürt.²⁷⁴ Unter diesem Aspekt, der Förderungsmöglichkeit der Stimmen, wurden nach amerikanischem Vorbild Mandatsträger oder Amtsinhaber und insbesondere Kandidaten der eigenen oder der gegnerischen Partei beobachtet.²⁷⁵

Die Überlegung, das Erscheinungsbild einer Person genauer zu betrachten, beruhte auf der Annahme, daß ein Politiker mehr als sich selbst repräsentiere und so zusätzlich noch als Person wirken könne, hier also mehr Möglichkeiten der Präsentation und der Ansprache vorlägen. Es wurde im Laufe der Jahre ein ausgefeiltes System von Popularitätsprofilen und Psychogrammen insbesondere für die Spitzenpolitiker der Parteien erarbeitet. Bei Adenauer waren es allgemeine Zuschreibungen, die seine Fähigkeit als starker Politiker unterstrichen und insbesondere das Bild des »Staatsmannes Adenauer« herausstellten, das als Amtsbonus auch für weitere Politiker zu einer wichtigen Kategorie der Beschreibung wurde. Dafür wurde Adenauer demoskopisch kaum mit der CDU verbunden, so sehr stand er für sie und personifizierte sie, daß nicht zwischen den beiden differenziert wurde. Für ihm folgende Politiker in allen Parteien galt dies nicht mehr. Sie traten entweder in Konkurrenz zum Erscheinungsbild der Partei auf oder wurden als komplementäre Faktoren begriffen. Dann wurden ihnen von den Demoskopen je nach Konfigurierung des demoskopischen Erscheinungsbildes und den Vorstellungen der Parteien sowie anhand der medialen Darstellung unterschiedliche Funktionen zugewiesen. Damit wirkten sich auch diese personenbezogenen Betrachtungen von Politik wiederum unterschiedlich auf parteipolitisches Handeln aus.

Die SPD und die CDU steckten Ende der fünfziger Jahre beziehungsweise Ende der sechziger (Anfang der siebziger) Jahre in organisatorisch und politisch ähnlichen Krisensituationen, die sie beide auf demoskopische Hilfe zurückgreifen ließ. Die Reflexion der SPD geschah anfänglich ausschließlich mittels parteipolitischer Fragen. Die Ausdehnung der Wählerschaft wurde zwar explizit als Ziel im Arbeitsprogramm festgehalten und Wege zum Abbau von Vorurteilen, zur Sympathiewerbung bei der Arbeiterschaft und auch der Mittelschicht darin formuliert, aber im Vorstellungshorizont der SPD bestand die Vorgehensweise höchstens in Werbetechnik oder klassisch in der »Wahrheit« als Waffe in der Aufklärung. Allerdings sah Infas

²⁷² Vgl. Brief Erich Peter Neumann an Lenz am 2.10.1956 über eine aufgrund ihrer Ergebnisse zurückzuhaltenden Umfrage zu den Bundesministern, ACDP I-172-032 (4).

²⁷³ So argumentierte Adenauer im Landtagswahlkampf in Niedersachsen 1963. Vgl. Präsidiumssitzung am 8. 2. 1963, ACDP VII-001-053/1.

²⁷⁴ Vgl. N. GRUBE, »Schröders Chancen steigen«, 2003.

²⁷⁵ Vgl. »Bericht über eine Erhebung in Niedersachsen« (1955), ACDP I-172-036 (4).

einen anderen Punkt im Erscheinungsbild der Partei als besonders überholungsbedürftig und sinnvoll für den Einsatz der gezielten Meinungsbearbeitung an: die politischen Akteure. In dieser Hinsicht war die Wortwahl des Instituts bei der Vorstellung eines Werbekonzeptes für den Wahlkampf 1961, »der Partei ein akzeptables ›Gesicht‹ zu geben«, wörtlich gemeint. Infas plädierte für eine Personalisierung der politischen Kommunikation der SPD auf der ganzen Linie, und zwar mit einer psychologisch aufgeladenen demoskopischen Begründung:

»Auf jeden Fall bedarf der Massenwahlkampf der Personalisierung. Der Durchschnittsbürger gewinnt Vertrauen zu einer Partei – zu den Zielen einer Partei, die nicht nur sein Gefühl ansprechen – wenn sie die Organisation ›vermenschlichen‹ läßt, wenn sie sich in Personen verkörpert.«²⁷⁶

Damit waren die wichtigsten Eckpunkte einer Argumentation für die Personalisierung von Wahlkämpfen benannt. Das Gefühl wurde als wichtiger Entscheidungsfaktor der als unpolitisch wahrgenommenen Masse der Wähler gefaßt und damit zugleich der bisherige Wahlkampf als unpersönlich und abstrakt erklärt. Er sollte durch die Person ein Symbol erhalten, das den Wahlkampf ›persönlicher‹ machte. Darüber sollte Vertrauen produziert und durch die Reduktion der abstrakten Organisation auf ein Gesicht gefördert werden. Im wahrsten Sinne des Wortes sollte Parteipolitik darüber eine ausdrückliche ›Verkörperung‹ erhalten. Die Personalisierung implizierte auch, daß ein Wahlkampf für die Wähler verständlicher würde. Die Grundannahme, Wähler würden sich nicht rational, sondern emotional entscheiden, wurde anhand der demoskopischen These der ›Vermenschlichung‹, die eben ausschließlich von Personen getragen werden könne, nun auch zu einer Überzeugung der SPD. Damit verschob sich ihre Handlungs- und Kommunikationsgrundlage.²⁷⁷ Statt der Aufklärung durch den Appell an den wahrheitserkennenden Charakter der Menschen sollte nun eine entsprechend der Grundstruktur der Wähler ausgerichtete Bearbeitung der Meinungen auf emotionaler Grundlage stattfinden. Das bedeutete jedoch nicht, daß damit der aufklärerische Wahrheitsanspruch der SPD verloren ging; vielmehr ergänzten sich die beiden Ansichten zu der Auffassung, daß der Wähler die Anliegen der SPD am ehesten verstehen werde, wenn er in seinen eigenen Anliegen betroffen wäre, sich somit einfach die Darstellung der SPD seinen (als verborgen geltenden) Bedürfnissen und emotionalen Strukturen anpaßte.²⁷⁸ Sicherlich hatte zu dieser Erkenntnis auch die Wahlkampfstrategie der CDU in den fünfziger Jahren beigetragen, die Adenauer mit privaten Aspekten darstellte und damit stilbildend wirkte.²⁷⁹

Die SPD hatte die CDU-Kampagnen in den fünfziger Jahren beobachtet, bei einem ersten Kopiersuch Schiffbruch erlitten (›Ollenhauer statt Adenauer‹,

²⁷⁶ So Liepelt vor dem bayrischen Landesausschuß der SPD am 2.7.1962, Vorstellung der Untersuchung »Mehr Gerechtigkeit«, S. 39, AdsD NL von Knoeringen 495.

²⁷⁷ Ebd., S. 40.

²⁷⁸ Vgl. für die Ansprache als Konsument Kap. 4.2.a.

²⁷⁹ Vgl. F. BÖSCH, Das Politische als Produkt, 2003.

1953) und stand dem Gedanken, Personen als demoskopisch und psychologisch geprüfte Sympathieträger der Partei zu betrachten, nicht fremd gegenüber.²⁸⁰ Für den Wahlkampf 1961 konnte Infas dies dem SPD-Wahlgremium überzeugend anhand der Person Brandts darlegen. Eine erste Image-Untersuchung zeigte die Vorteile einer solchen Personalisierungsstrategie, da Brandt sich aufgrund seiner Beliebtheit bei CDU-Wählern als probates Mittel der Überzeugung erwies. Nun blieb die demoskopische Frage zur Umsetzung dieser Idee in ein Wahlkampfkonzept zu beantworten, »wie sich Kandidat und Partei möglichst eng miteinander verknüpfen lassen.«²⁸¹ Als Ergebnis dieser Bemühungen blieb dieser Wahlkampf mit den Bildern vom alten Adenauer neben dem jungen Brandt die am stärksten personalisierte Auseinandersetzung im ›Wahlkampfgedächtnis‹ der Bonner Republik. Bei der SPD war diese Strategie fortan nicht mehr wegzudenken.

Für den Wahlkampf 1965 argumentierte das Institut nicht mehr mit den Wählern, sondern mit der spezifischen Besetzung des Images von Brandt. Er sei der einzig mögliche Kandidat der SPD, denn mit ihm werde »die Zukunftssicherung des deutschen Volkes« verbunden.²⁸² In beiden Wahlkämpfen wurde die demoskopische Strategie darauf ausgerichtet, daß der Kandidat mit der Partei in Verbindung gebracht werden müsse. Daher lief die Profilierung Brandts gemäß Infas auf die innenpolitische Schwerpunktsetzung der SPD hinaus und folgte damit dem Primat der Partei, worunter sich auch das Image unterzuordnen hatte. Damit konnte jedoch ein wichtiger Punkt des ansonsten nach Westdeutschland übertragenen Wahlkampfkonzepts der Darstellung Kennedys, die sich an einer demoskopisch kombinierten Verbindung aus politisch-persönlichen Eigenschaften und ›passenden‹ aktuellen Themensetzungen orientierte, nicht übernommen werden.²⁸³ Das politische System der Bundesrepublik stand mit seiner starken Orientierung an Parteien und ihren traditionellen Zuordnungen der Ausrichtung im Weg, die Personen stärker unabhängig von den Profilen der Parteien zu gestalten und mit Themen zu verbinden. Dennoch wurde personal geworben. Mit ihrer fortgesetzten Personalisierungsstrategie näherte sich die SPD dabei der personalisierten Repräsentation der CDU an, wenn auch gravierende Unterschiede in der Struktur der Konstruktion bestanden.²⁸⁴

²⁸⁰ Vgl. z.B. die Ausführungen in Waldemar von Knoeringens »Schwerpunktprogramm Werbung und Propaganda«, AdSD 2/PVAJ000189.

²⁸¹ Infas, »Konturen und Positionen im Bundestagswahlkampf. Informationen für die zentrale Wahlkampfleitung der SPD II/5. 11. 1960«, S. 1, AdSD PV 0984; vgl. für die medialen Wahlkampfstrategien jetzt auch D. MÜNKEL, Willy Brandt, 2005.

²⁸² Infas, Vorlage »Personen« auf der Sitzung der Planungsgruppe am 2. 6. 1964, AdSD PV 0911.

²⁸³ Den demoskopischen Aspekt des Kennedy-Wahlkampfes als Konzept einer gezielten Verbindung zwischen Person/Image und Themen untersuchen L. R. JACOBS/R. Y. SHAPIRO, *Issues, Candidate Image, and Priming*, 1994; vgl. für Fragen des Transfers Kap. 3.2.c.

²⁸⁴ Die Tendenz zur Personalisierung wurde in der Öffentlichkeit beobachtet und in der Sozial- und Politikwissenschaft sowie der aufkommenden Medienwissenschaft als ein demokratietheoretisches Problem bewertet aufgrund der Annahme, daß Parteien durch Personen zurückgedrängt würden und die deutsche Politik dadurch amerikanisiert würde. Bislang konnte dies so nicht nachgewiesen werden. Vgl. F. BRETTSCHEIDER, Spitzenkandidaten und Wahlerfolg, 2002; F. MARCINKOWSKI/

Die konstatierte Loslösung der Wählerschaft von ihrer traditionellen Bindung an eine Partei stellte den Angelpunkt der Entwicklung dar, wie bereits für die Außendarstellung der Partei und die Zielgruppendefinitionen gezeigt wurde. Die sich an der traditionellen Zuschreibung orientierende Demoskopie löste sich von diesen Schemata der Kombination aus Wählerschaft, Partei und deren generellen Kompetenzen. Sie brachte mit Hilfe einer neuen Aggregation von Daten neue Zuschreibungen hervor, die sich an volatile Wähler und dadurch deliberativ auszuwählende Themen hielt. Diese konnten nun nicht gleich von einer ganzen Partei vertreten werden, wohl aber von einem politischen Akteur. Hier wurde eine Strategie erprobt, wie neue inhaltliche Positionen einer Partei zustande kamen oder gewechselt werden konnten, um so Kompetenz zu gewinnen: über die Zuschreibung von Themen zu Personen, die über ihr Fachwissen dazu legitimiert werden. Diese Vorgehensweise bildete die zweite Möglichkeit neben der einer neuen Kontextualisierung, wie z. B. im Falle der neuen Ostpolitik geschehen, war aber einfacher umzusetzen. Die gerade in den sechziger Jahren entdeckte kombinierte Messung zu Issues und Personen (zunächst nur bei der SPD) wurde daher weiter gefördert und dominierte seitdem die strategische politische Meinungsforschung.

Die neue Zusammenstellung der Kategorien des demoskopischen Diskurses gewann Gewicht durch die Herausbildung der Politikfelder oder *policies* und einer damit einhergehenden Verwissenschaftlichung von Politik. Das Sachwissen gerann damit in der Bewertung der Politik zu einem strategischen Element. Es wurde als Fachwissen in der Auseinandersetzung zur Legitimierung einsetzbar und als Bewertung von Parteien wie auch zur Kennzeichnung von Politikern herangezogen. In dieser Hinsicht entstand das insbesondere ab dem Beginn der siebziger Jahre begutachtete ›Experten-Image‹ von Politikern und das sogenannte ›Fachleute-Image‹ zur Beschreibung des wissenschaftlichen Fachwissens bei den Parteien, deren Images sich insgesamt ausdifferenzierten. Fachwissen wurde mit dem Aufstieg der verwissenschaftlichten Politik zu einer Kompetenz, die einzelnen Personen zugewiesen wurde und durch die Repräsentation der Parteien durch Personen an Ersterer ›weitergegeben‹ wurde. Seit Mitte der sechziger Jahre wurde die Eigenschaft ›Fachleute vorweisen‹ für die Beschreibung einer ›idealen Partei‹ abgefragt und gewann beständig an Bedeutung hinzu. Es beunruhigte die CDU, als Ende 1968 die ›Fachleute‹ zur wichtigsten Eigenschaft aufstiegen, so daß nach der Wahl feststand, daß im nächsten Wahlkampf der Spitzenkandidat im Wahlkampf mit »einem jungen Team von Fachleuten umgeben« werden mußte.²⁸⁵ Die Bedingung fachlichen Wissens trat damit als dauerhafte Komponente zur demoskopischen Beobachtung von Politikern und Parteien hinzu.

V. GREGER, Personalisierung politischer Kommunikation, 2000; J. WILKE/C. REINEMANN, Kanzlerkandidaten, 2000.

²⁸⁵ Vgl. für Fachleute-Daten WIKAS (Kevenhörster/Ritterbach), »Das politische Meinungsbild in der Bundesrepublik im Herbst 1968. Bericht zu einer Repräsentativerhebung politischer Einstellungen«, ACDP VII-003-013/2; Zitat: Elschner, »Praktische Folgerungen« (1970), S. 7, ACDP VII-003-068/1.

In der ›sachlich‹ begründeten und geführten Wirtschaftspolitik fand sich ein Vorreiter der Verwissenschaftlichung der verschiedenen politischen Bereiche (die entstehenden Policy-Felder) und wurde in der Person von Karl Schiller popularisiert.²⁸⁶ Für die SPD avancierte Schiller damit zur entscheidenden politischen und demoskopischen Figur. Als Professor für Wirtschaftswissenschaften war er in gleicher Form als Experte in dem Themenfeld der Wirtschaftspolitik wie Ludwig Erhard ausgewiesen. Gleichzeitig trafen in seiner Person Zuschreibungen zusammen, die ihn zu einem untypischen Sozialdemokraten machten: Mittelschicht, Akademiker, profiliert auf einem für die SPD untypischen Themenfeld. In der Wirtschaftspolitik konnte die SPD bis dahin kaum Zustimmung gewinnen und lag gemäß der thematischen Kompetenzmessung weit hinter der CDU. Während die CDU in der Wirtschaftspolitik ihre Stärke hatte, war sie die Schwäche der SPD. Mit Schiller als Bundesminister für Wirtschaft konnte sie, von ihm vertreten, hier Profil gewinnen und sich als kompetent ausweisen; die SPD überholte die CDU in Fragen der wirtschaftspolitischen Kompetenz erstmals Anfang 1968.

Seine Popularität gewann Schiller im Tandem mit dem ursprünglich zur »negativen Symbolfigur« stilisierten Franz Josef Strauß, von dem er sich im Wahlkampf positiv abgrenzen konnte. Die Auseinandersetzung um die Aufwertung der Währung nutzte die SPD dazu, um ihre Kompetenz in Sachen Wirtschaftspolitik öffentlichkeitswirksam unter Beweis zu stellen, zumal dieses Thema wiederum Fragen der Preisentwicklung anschnitt. Jene galt als eine der wichtigsten politischen Probleme der Republik. Dabei konnte sie die Aufmerksamkeit von dem stark personal ausgerichteten Kanzlerwahlkampf Kiesingers ablenken. Die Popularitätszahlen zeigten Schiller 1968 zusammen mit Brandt als beliebtesten SPD-Politiker.²⁸⁷ Die Daten wiesen so eine andere Wahrnehmung der Regierung als ›Mannschaft‹ auf, mit der auch die gesamte Wahrnehmung von SPD und CDU sich verschob, da nun durch die Personen auch die SPD als Regierungspartei galt.²⁸⁸ Für Brandt führte Schiller stellvertretend im Wahlkampf die personale Auseinandersetzung mit Strauß beziehungsweise Kiesinger und ›durchkreuzte‹ damit die Planungen der CDU, aufgrund der guten Werte für den Kanzler ein »Personalplebiszit« für Kiesinger in der direkten Auseinandersetzung mit Brandt herbeizuführen, indem Brandt, wie Infratest es bezeichnete, das »Volkskanzler-Image Kiesingers neutralisierte«.²⁸⁹ Auch hier zeigte die Vokabel des ›Neutralisierens‹ an, daß der demoskopische Diskurs zu einer Be-

²⁸⁶ Vgl. für die Rolle der Wirtschaftspolitik und ihre Bedeutung für die Selbstbeschreibung der bundesdeutschen Gesellschaft T. SCHANEZKY, Sachverständiger Rat, 2004; für die wissenschaftliche Beratung in der Wirtschaftspolitik vgl. jetzt auch A. NÜTZENADEL, Stunde der Ökonomen, 2005; ders., Gründung des Sachverständigenrats, 2002.

²⁸⁷ Vgl. K. SCHÖNHOFEN, Wendejahre, 2004, S. 452–469, 588 f., 674 f.

²⁸⁸ Vgl. diese Argumentationsfolge bei der CDU: Heck, »Kurze Unterrichtung«, ACDP VII-003–016/1.

²⁸⁹ Infratest, »Wählerforschung Bd. 5, Zielgruppen für die Spitzenkandidaten der SPD im Wahlkampf, Images der Spitzenkandidaten«, April 1969, S. 7, Unternehmensarchiv Infratest. Zitat 1 und Überlegungen der CDU: Heck, »Kurze Unterrichtung«, S. 4, ebd. Die CDU setzte in diesem Rahmen auf Strauß als Personifizierung der Wirtschaftspolitik.

rechnungsstrategie auf Grundlage gemessener Wahrnehmungen und Erwartungshaltungen wurde. Die demoskopische Kleinrechnung der Popularitätswerte auf einzelne Gruppen erbrachte die Erkenntnis, daß Schiller genau die Wähler ansprach, die die SPD suchte, um eine Mehrheit zu erlangen – die (neue) Mittelschicht, die sich bislang aufgrund der Wirtschaftspolitik der Union für diese Partei entschieden hatte, gemessen durch eine Verbindung aus Popularitätsmessungen, qualitativen Methoden und einer Segmentationsanalyse.²⁹⁰ Diese spezifische Wählergruppe wurde als »Schiller-Wähler« bezeichnet, das als Wähler-Modell einige Jahre Bestand hatte, trotz des Rücktritts und Wechsels Schillers zur CDU.²⁹¹ Auch blieb die Bedeutung der thematischen Verbindung von fachlicher Kompetenz in der Wirtschaftspolitik zu einem populären SPD-Politiker bestehen, denn nach dem Weggang Karl Schillers rückte Helmut Schmidt an dessen Stelle, um weiterhin die Kompetenzen in der Wirtschaftspolitik für die SPD zu okkupieren.

Intern wurde im demoskopischen Diskurs die Beobachtung zur Einschätzung der Wirtschaftslage der Deutschen wichtig, deren allgemeine und persönliche Beurteilungen voneinander abwichen. Infratest bezeichnete diese Diskrepanz ab 1971 als »Angstlücke«, die sich zu einer Regel in der politischen Demoskopie auswuchs – wenn diese Lücke geschlossen werden konnte, besaß die Regierung die Zustimmung der Wählerschaft. Da diese Einschätzung schwierig war und sich in anderen Untersuchungen zu dieser Frage zeigte, daß die Aussagen stark abhängig waren von der jeweiligen Parteipräferenz, stand sie nicht für die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage, sondern für die Einschätzung der Parteienzustimmung. Diese Messungen der Einschätzung der allgemeinen und persönlichen wirtschaftlichen Lage (früher/heute/Zukunft) gehörten eigentlich bereits zum Standard der Trendumfragen, bevor sie durch die Einbindung in einen größeren Erklärungskontext politischen Verhaltens als sozialpsychologische Variablen systematisiert wurden.²⁹² Daher bildete diese Einschätzung eine wichtige demoskopische Regel, an der insbesondere Helmut Schmidt zur Indizierung der politischen Lage festhielt und sich von seinem Mitarbeiter in den Berichten herausstreichen ließ.²⁹³ In den achtziger Jahren fand sie kaum mehr Beachtung, da die SPD sich auf andere methodische (Milieus) und thematische Erklärungsmuster des Wahlverhaltens konzentrierte wie die »Umweltverschmutzung« und den »Frieden«.

²⁹⁰ Vgl. Infratest, »Wählerforschung Bd. 5, Zielgruppen für die Spitzenkandidaten der SPD im Wahlkampf, Images der Spitzenkandidaten«, April 1969, Unternehmensarchiv Infratest.

²⁹¹ So taucht der Begriff gleich mehrfach wieder im Manuskript des Börner/Koschnick-Papiers z. B. zur Analyse des Wahlkampfes 1976 auf (in These 2), Ms., AdsD, WBA, Wahlen 40.

²⁹² Zur Entdeckung der Angstlücke vgl. A. MÜLLER, Willy wählen, 1997, S. 116 f. Zur Falsifizierung dieser Aussagen als reine Schätzungen ohne Indikatorenregelung vgl. D. ROTH, Ökonomische Variablen und Wahlverhalten, 1973.

²⁹³ Schmidt wurde insbesondere mit der Wirtschaftspolitik identifiziert, was aber dazu führte, dass ein Defizit in seinem »Sozialprofil« ausgemacht wurde. Dies stellte ein Problem für die Image-Verbindung zur SPD dar, da das sozialdemokratische Parteienprofil dort stärker war. Vgl. Vermerk von Borstell an Brandt am 1. 8. 1974, AdsD, WBA, SPD 114.

In der Kombination von Person und Thema gesellte sich neben dem Fachwissen ein weiteres Element zur Repräsentation eines Politikers hinzu. Das ›Sachwissen‹ als Fachwissen und die Form der Umgangsweise, gekennzeichnet als ›sachlich‹ oder an der Sache orientiert, wurde zum Ende der sechziger Jahre zu einer wichtigen Kategorie grundsätzlicher politischer Verhaltensweisen. Diese Kategorie ergänzte den politischen Diskurs über Fairness in der Politik und bildete eine interdiskursive Brücke zwischen Zuschreibungen zu Akteuren und der Repräsentation der Partei beziehungsweise der Politik im allgemeinen Sinne.²⁹⁴ Auf diese Weise konnte ›Sachlichkeit‹ zu einem demoskopisch ermittelten Kampfmittel in der parteipolitischen Auseinandersetzung werden: Mit Blick auf die ›Sachlichkeit‹ erwartende Wählerschaft wurde politisch kommuniziert, vornehmlich: daß man politisch sachlich sei im Gegensatz zum jeweiligen Gegner. Im Wahlkampf 1969 erlebte dieser Begriff der Sachlichkeit eine Konjunktur. Diese zum Stil erhobene Umgangsweise wurde in ihrer Auswirkung auf die Bewertung der politischen Akteure und Parteien genau für die SPD beobachtet, als besonders medienwirksam erachtet und entsprechend die eigene ›Sachlichkeit‹ betont.²⁹⁵ Sie erfuhr insbesondere vor dem Hintergrund der Großen Koalition und der guten Zusammenarbeit der Parteien in der Regierung besondere Aufmerksamkeit. Auf Wahlkampf-Auseinandersetzung umzuschalten war nicht so leicht möglich, da zum Beispiel ein bewußtes Verlassen der Großen Koalition in der demoskopisch unterrichteten Bevölkerung sofort als wahlkampfbezogen hätte gedeutet werden können und dies negativ bewertet zu werden drohte. In dieser Situation setzte insbesondere die SPD aufgrund ihrer positiven demoskopischen Befunde auf ›Sachlichkeit‹, gepaart mit dem wissenschaftlichen Wissen.

Diese Kombination erzeugte eine Wahrnehmung, auf die Infratest 1969 in Anlehnung an taktische Überlegungen zum Verhalten in der Großen Koalition die Spitze der SPD aufmerksam machte:

»Die Popularität der Spitzenkandidaten der SPD gründet wesentlich auf deren politische Leistungen, weniger dagegen auf einem auch emotional gestützten Persönlichkeitseindruck: Die ›allgemein-menschliche Verbindlichkeit‹, die das Image der meisten CDU/CSU-Politiker [...] kennzeichnet, ist SPD-Politikern nach Auffassung der meisten Wähler nicht in gleichem Maße gegeben. Die Autorität eines SPD-Politikers wird vorwiegend funktional erklärt; sein Durchsetzungsvermögen resultiert aus Expertentum und Rationalität. Diese besondere Form der Popularität [...] führt allerdings zu einem gewissen ›Aktionszwang‹. Nach unseren Feststellungen ist die vor allem an den politischen Leistungen einer Persönlichkeit orientierte Popularität verhältnismäßig kurzlebig, das heißt sie bedarf der ständigen Bestätigung durch neue politische Aktionen und ausreichender Information für diese Arbeit.«²⁹⁶

²⁹⁴ Vgl. zur Fairness in der politischen Kultur seit dem Kaiserreich: T. MERGEL, *Stil der Sachlichkeit*, 2003.

²⁹⁵ Vgl. Infratest, »Anmerkungen zum Stil des Wahlkampfes«, AdSD 2/PVAR000049.

²⁹⁶ Infratest, »Wählerforschung Bd. 5, Zielgruppen für die Spitzenkandidaten der SPD im Wahlkampf, Images der Spitzenkandidaten«, April 1969, S. 10 f., Unternehmensarchiv Infratest.

Damit hatte das Institut die andere Seite der Medaille von Fachwissen und Leistung aufgezeigt: Der SPD-Politiker mußte sich seine Lorbeeren täglich verdienen. Wie ganz nebenbei lieferte das Institut damit auch den Schlüssel zur Erklärung zuvor verlorener Wahlen, bei denen sich das »Sommerloch« durch fehlende Aktivität bemerkbar gemacht hätte. Dies wies es anhand von Kurven nach, die sich exakt entlang der Aktivitäten lesen ließen. Das Institut empfahl eine gute Planung der Aktivität bis zum Wahltag, die es als »Spannungsbogen« bezeichnete und auch tatsächlich in Form einer Narration begriff. Aufgrund der Feststellung, daß die Repräsentation der CDU-Politiker vor allem in der Identifikation mit den dominanten gesellschaftlichen Wertvorstellungen bestand und den politischen Akteuren der CDU Eigenschaften wie »Zuverlässigkeit, Verhandlungsgeschick und ›Solidarität‹« ohne Aktivität geglaubt wurde²⁹⁷, forderte es eine Korrektur des Repräsentationsstils der SPD-Politiker. Da die Befragten sich die SPD-Politiker nur in spezifischen sozialen Rollen vorstellen konnten, schlugen die Demoskopon eine gezielte Personalisierung vor. Die sachlich orientierte Aktivität sollte nun durch »Information über die Begleitumstände des politischen Lebens und des Lebens der SPD-Politiker« ergänzt werden.²⁹⁸ Mit der Begründung, daß die Wähler entweder an Politik nicht ausreichend interessiert seien oder ihnen Politik aber »aus Gründen, die in der Schwierigkeit der vermittelten Information verschlossen« blieben, wurde die Werbe-Aktivität als nicht ausreichend betrachtet. So zeigte sich das Expertentum zunächst als Hilfestellung beim Aufstieg in der Popularität der sechziger Jahre. Es erwies sich aber auch als Stolperstein, da daraus wiederum Defizite, wie sich anhand der Notwendigkeit andauernder Aktivität für den Erhalt eines Images erwies, entstanden. In der Folge traf Infratest auf die ersten Spuren der Verwissenschaftlichung der Politik, zumal Personalisierung mit privaten Aspekten bereits aus dem Wahlkampf 1961 bekannt war.

Diese sich als kalkulierend darstellende Bearbeitung von Meinungen durch Personalisierung – oder mit dem anderen Terminus: Vermenschlichung – wurde begleitet von einem fast unmerklichen Wechsel des Leitmotivs der Beobachtung und der Darstellung. Während der SPD ›Aktivität‹ und ›Leistung‹ zugeschrieben wurden und die CDU als ›passiv‹ und ›Werte repräsentierend‹ (die Fachwissen überflüssig machen) galt, mischten sich allgemeine Zuschreibungen zu den Parteien mit personalen Kategorien der Beschreibung, indem sich Fachwissen, politische und persönliche Verhaltensweisen miteinander verbanden. Die aus der Beobachtung der Akteure für die Partei abgeleitete Forderung nach einer Veränderung des Repräsentationsstils zielte daher zuallererst auf personale Darstellungen von Politik. Diese, in einem kleinen Kreis der SPD zirkulierenden Deutungen fanden mittelbar Eingang in die politische Kommunikation, zumal weitere Untersuchungen auf diese grundsätzlichen Überlegungen zur Repräsentation durch politische Akteure bezogen wurden. Damit wurde auch dieser Aspekt des Ansehens einer demoskopischen Beobachtung zugeführt und zu einer Regel verarbeitet. Die SPD setzte dabei auf Aktivität

²⁹⁷ Ebd., S. 11.

²⁹⁸ Ebd., S. 12 f.

und Fachwissen beziehungsweise Leistung. Letztere nahm eine wichtige Stellung ein, was insbesondere für die Regierungsarbeit als Darstellung der Aktivitäten unter dem Titel der »Leistungsbilanz« Geltung gewann. Die Beanspruchung von Kompetenz in Form von aktiver Leistung wurde als Anspruch auf Steuerungsfähigkeit der Politik zu Anfang der siebziger Jahre positiv gedeutet. Die immanente Problematik dieses selbst angelegten Maßstabs wurde dabei kaum angesprochen, sondern diente als Beweis von Kompetenz und Steuerungsansprüchen (beziehungsweise deren Einlösung).²⁹⁹ Auch die Reden zur Lage der Nation gehörten in diesen Kontext.³⁰⁰ Außerdem wurden regelmäßig auch die Leistungsprofile von Regierung und Opposition sowie einzelner Akteure erhoben, die die Bewertung der gesamten Politik codierten. Die Analyse der Notwendigkeit einer Personalisierung verfestigte sich damit aufs Neue in den Vorstellungen der politischen Akteure in der SPD. Generell flossen die Vorschläge in die Öffentlichkeitsarbeit ein und wurden zu einem Bestandteil sowohl der Beobachtung wie der Darstellungsstrategie, parallel zur weiterhin gefragten thematischen Bindung eines politischen Akteurs.

So setzte die SPD statt einer Anpassung an den Repräsentationsstil der CDU damit die demoskopisch induzierte »persönlich« bezogene Repräsentation fort. Diese wurde allerdings, ähnlich wie bei der CDU, auf das Prinzip der sozialen Repräsentation angewendet. Aber statt der Konfession traten soziale Kategorien (und die Kategorie des Geschlechts) in den Vordergrund.³⁰¹ Auf diese Weise verband sich das Prinzip der Repräsentation mit dem der Repräsentativität zu einer Art demoskopischen Repräsentation. Begründet wurde die Adaption mit dem bereits bekannten Argument des politischen Vorbildes und der damit verbundenen Motivation der Wähler zur Identifikation mit derjenigen Partei, die den Wählern entsprechende Personen anbieten kann. Am deutlichsten wurde dies in der Forderung von Infratest, geeignete und möglichst junge Politiker zu finden, die die spezifische Gruppe der Jungwähler ansprechen sollten, da diese eine andere Erwartungshaltung an Politik und Politiker besäßen, die durch die vorhandenen Politiker größtenteils nicht abgedeckt werden könnte.³⁰²

In der CDU blieb eine Entwicklung dieser Art aus. Ihre Akteure wurden ausführlich beobachtet und ihre Verbindung zu Themen ebenso erkannt, wenn auch diese zunächst nicht weiter verfolgt wurden. Thematisches Fachwissen und seine Zuordnung zu Personen wurden später jedoch als Anpassungsleistung aufgrund der

²⁹⁹ Vgl. für eine Verschiebung der Definition die Vorlage für den PV am 11. 11. 1974, »Wahlanalyse Hessen und Bayern '74«, insbes. S. 30.

³⁰⁰ Vgl. z. B. Korrespondenz 1972 Bauer/Ludz zu Infratest-Fragebögen und die Infratest-Untersuchung zur Lage der Nation (»Zur Lage der Nation 1972: Ein Systemvergleich BRD-DDR zum Thema Gesellschaft, Staat, Nation«), AdSD NL Bauer 7.

³⁰¹ Regionale Proporz fallen in dieser Hinsicht zunächst völlig heraus, da sie zuvorderst internen politischen Macht- und Repräsentationsfragen entsprangen. Erst nach dem hier betrachteten Untersuchungszeitraum lassen sich Beispiele für eine demoskopisch induzierte Forderung nach Regionalproporz erkennen. Vgl. Z. JUHÁSZ, Die Bedeutung der Ähnlichkeit, 2002.

³⁰² Infratest, »Wählerforschung Bd. 5, Zielgruppen für die Spitzenkandidaten der SPD im Wahlkampf, Images der Spitzenkandidaten«, April 1969, S. 14 f., Unternehmensarchiv Infratest.

öffentlichen Aufmerksamkeit gegenüber diesen Zuordnungen und der generellen Herausbildung von *policies* erbracht, zumal sich der Typus des politischen Akteurs als Experte durchsetzte und zu einer Strategie politischer Glaubwürdigkeit wurde. Prinzipiell besaß die CDU jedoch eine andere Ausgangskonstellation im demoskopischen Diskurs, denn bei ihr wurde nicht das Image der politischen Akteure als Defizit, sondern die Partei als defizitär erkannt und entsprechend bearbeitet.

Die Verbindung von Fachwissen und politischen Akteuren produzierte eine enorme Erwartungshaltung an die Problembearbeitungskapazität der Politik. Diese wurde lange Zeit von der Demoskopie selber nicht gesehen und abgefragt. Allerhöchstens – wie bei Infratest gezeigt – verwies sie auf einen Aspekt der Darstellungsdefizite (Image: Aktivität, Persönlichkeit). Die Problematik, einmal mit Hilfe der Demoskopie erhobene Kompetenzansprüche auch einlösen zu müssen, um keine Erwartungen zu enttäuschen, wurde dabei weitgehend ignoriert. Statt dessen wurde die auf die Nichteinhaltung der Erwartung folgende Enttäuschung über politischen Akteure wiederum gemessen und zu einem allgemeinen Phänomen der Politikverdrossenheit oder sogar zeitweilig der ›Politikerverdrossenheit‹ gedeutet. So wurde der demoskopische Diskurs um eine Facette erweitert, nachdem die in den sechziger Jahren beklagte Parlamentsverdrossenheit nun überhaupt abgefragt und auf die Politik allgemein bezogen wurde. Die Messung der enttäuschten Erwartung avancierte zu einem Teil des Diskurses, indem sie als feste Größe der Erwartungshaltung etabliert wurde. Folgerichtig wurde anschließend die »Parteienverdrossenheit« thematisiert, so daß damit alle verantwortlich zu machenden Ebenen in der Politik einbezogen waren.³⁰³ Die »Politikerverdrossenheit« verwies schleifenartig auf einen ihrer möglichen Ursprungsorte, da die Beobachtung von Akteuren in Verbindung mit Themen die Messung der entsprechenden Verdrossenheit mit der zwangsläufigen Enttäuschung der Wähler durch einzelne Politiker den Grund bereitet hatte. Damit zeigte sich erneut eine Grenze des Sagbaren im demoskopischen Diskurs, der nicht auf das Problem der Erwartungshaltung der Wähler und ihrer Ansprüche der Steuerung durch Politik eingehen kann und anscheinend keine Kategorien zur Beobachtung dieses Problems besitzt, sondern Erwartung nur positiv oder genauer: positivistisch erfassen kann.

Personen wurden auf diese Weise in beiden Parteien zu den wichtigsten Trägern der Außendarstellung, wobei SPD und CDU aufgrund ihrer unterschiedlichen Hintergründe verschiedene Wege gingen. Diese lassen sich grob unter den Schlagworten ›honoriger Repräsentant‹ versus ›sachorientierter Experte‹ zusammenfassen. Über die Verbindung von Akteur und Sachwissen wurden Positionswechsel und Kompetenzzuweisungen der ganzen Partei ermöglicht und parallel Vorstellungen von Ansehen/Image und Repräsentation verschoben. Die an den Wandel geknüpfte und mit Hilfe der demoskopischen Beobachtungen des Anspruchs der Wähler und den politischen Problemen forcierte Kompetenzerweiterung der Parteien sowie deren

³⁰³ Für einen Überblick über die Entwicklung dieses Begriffes und der Debatte seit den späten siebziger Jahren vgl. K. ARZHEIMER, Politikverdrossenheit, 2002, S. 28–175.

Ansprüche gesellschaftlicher Steuerung führten letztlich dazu, daß Politik anders bewertet und Erwartungen an die (selbst beanspruchte) Steuerungskompetenz der Politik enttäuscht wurden.

e) *Der Blick nach innen? ›Der Sonderfall Mitglieder‹*

Mitglieder blieben lange Zeit ein blinder Fleck in der demoskopischen Selbstbeobachtung beider Parteien. Anhand der Beachtung und Beobachtung der Mitglieder durch CDU und SPD lassen sich die entgegengesetzten demoskopischen Wege der Parteien am besten sichtbar machen. Durch die Bearbeitungen ihrer als defizitär betrachteten Bereiche, das heißt für die SPD die politischen Akteure und das Erscheinungsbild der SPD und für die CDU die Parteiorganisation und ihre Mitglieder, näherten sie sich organisatorisch wie im demoskopischen Diskurs schließlich einander an.

Die Beschäftigung mit der Mitgliedschaft hatte Tradition in der SPD – es war ihr wichtigstes Pfund, das sie außerdem finanziell am Leben hielt. Mitglieder wurden zunächst anstatt der politischen Akteure an der Spitze als die wichtigen Repräsentanten der Partei betrachtet. Ihre Mitarbeit in einem Wahlkampf war zentral und wahlentscheidend, denn sie verteilten die Broschüren, klebten die Plakate und führten Veranstaltungen durch.³⁰⁴ An dieser wichtigsten Stelle der Partei setzte sich der demoskopische Diskurs in der SPD 1954/55 erstmals als konkrete Untersuchung um. Die Meinungsforschung fungierte hier als eine über ihre quantifizierende Arbeit hinausgehende Möglichkeit, mehr als sozialstatistisches Material einer Mitgliederkartei bereitzustellen: Informationen über das konkrete Engagement der Mitglieder, dessen Bedingungen und Hintergründe.³⁰⁵ Die Methode der Demoskopie diente einer Informationsbeschaffung über die Mitglieder, die innerparteiliche Bezüge besaß und nicht an dritte Stellen oder überhaupt in die Parteipublickeit weitergetragen werden sollte, auch wenn die Ergebnisse für einen Bezirk in wahlkampfrelevante Überlegungen umgesetzt werden sollten – was jedoch aufgrund der mageren Erkenntnisausbeute unterblieb. Damit war die erste Mitgliederumfrage eine innerparteiliche Angelegenheit, bei der zunächst keinerlei Verbindung zur äußeren Dimension der Parteibasis als Repräsentation der Partei bestand. Diese Verhaltensweise stand im Gegensatz zur prinzipiellen Betrachtung der Mitglieder in der SPD, die grundsätzlich im Verhältnis zur Öffentlichkeit gedeutet wurden. Entweder wurde die Mitgliedschaft zahlenmäßig mit der Bevölkerung oder der Wählerschaft vergli-

³⁰⁴ Die Rolle der Mitglieder ist vielfach thematisiert und Gegenstand politischer wie organisationssoziologischer Betrachtungen geworden. Hier soll der demoskopische Blick genügen. Für organisationssoziologische Untersuchungen der SPD bzw. zu den Mitgliedern der SPD vgl. J. BOYER, Einleitung, 2005.

³⁰⁵ Über die konzeptionellen Beweggründe zur Umfrage jenseits der Frage nach der Mobilisierung der Mitglieder für Wahlkämpfe lassen sich nur Spekulationen anstellen; Informations hunger über die eigenen Mitglieder und das Interesse daran, selber dieses Instrument auszutesten, dürften aber wichtige Punkte gewesen sein. Für die Durchführung der Umfrage vgl. Kap. 3.1.b.

chen, oder aber in ein bestimmtes Verhältnis zur geradezu als feindlich betrachteten Umwelt gestellt: Die Mitglieder waren der Kern der antifaschistischen Partei. Insbesondere die Medien, die nicht als SPD-nahestehend identifiziert wurden, wurden als gegnerisch eingestuft. Diese Einschätzung der Umwelt machte die Mitglieder, die sich in dieser feindlichen Umgebung bewegten, zu Repräsentanten der Partei und damit neben den eigenen Medien zu ihren Fürsprechern. Aus dieser defensiven Situation heraus wurde ihre Rolle als unersetzliche Werber für die SPD gedeutet.³⁰⁶

Der erste mißglückte Versuch einer demoskopischen Beobachtung der Mitglieder erwirkte eine Konzentration auf die Beobachtung der Umwelt, das heißt auf die Wähler und Meinungen. Die Partei selber wurde nur in ihrem generellen Erscheinungsbild und den prominenten Akteuren untersucht – die Mitglieder kamen darin nicht vor. Sie waren zwar in den Aussagen der Akteure immer wieder das ›Herzstück‹ der Partei, aber die Akteure fragten nicht nach, ob und wie ihre Annahme mit demoskopischen Messungen übereinstimmte. Eine Verbindung zur Beobachtung von Mitgliedern gelang nur auf indirektem Wege, über Interpretationen und Annahmen im Anschluß an Umfragen. Auf diese Weise blieben sie zunächst die unbeobachteten ›Aktivposten‹ der Partei, die nach dem Vorbild der Schwesterparteien Wähler und Mitglieder gewinnen sollten. Massenmedien stellten nur unwichtige Elemente der Werbung dar.

Von demoskopischem Interesse war jedoch, wie der als aufgeschlossen betrachtete Teil der Umwelt für eine Mitgliedschaft zu interessieren sei und welche Personen und Ansprache dabei besonders gut verwendet werden könnten. Diese Frage nach einem potentiellen parteipolitischen Engagement war als Indikator der Demokratiebereitschaft der Deutschen im Laufe der fünfziger Jahre mehrfach getestet worden. Je nach Sichtweise war diese Fragestellung mit unterschiedlichen Deutungsmustern verknüpft, wobei das Interesse bei beiden Parteien hoch war, auch wenn bei der CDU eher die Interpretation als Bildungsdefizit mit Blick auf potentielle Wähler ausgerichtet war. Demgegenüber waren bei der SPD die Daten als Hintergrund für die Strategie der Mitgliederwerbung gefragt.³⁰⁷ Als mitgliederbasierte Partei war die SPD an einer Werbung neuer Mitglieder prinzipiell interessiert. Die ersten demoskopischen Untersuchungen nach der Wahl 1957, die die SPD in Auftrag gab, beschäftigten sich auf spezifische Weise mit den Mitgliedern. Zum einen sollten dabei Umstände einer besseren Mitgliederwerbung eruiert werden. Angaben zu den Interessierten und deren Anspruchsmöglichkeiten bildeten das Informationsziel. Umgesetzt wurden die demoskopischen Erkenntnisse in dem von Infas entwickelten Leitfaden zur Wähler- und Mitgliederwerbung »Geh mit der Zeit – Geh mit der SPD«, dem in den sechziger Jahren weitere Aktivitäten folgten.³⁰⁸ Auf den Erkenntnissen amerikanischer Wahlforschung zum Einfluß massenmedialer Kommunikation auf

³⁰⁶ Gleitze, Transkript einer Tonbildfolge auf der Sondertagung vor dem Münchner Parteitag der SPD 1956, S. 3f., AdsD 2/PVAJ000382.

³⁰⁷ So wurde Infas dafür eingespannt. In der SPD wurden diese Daten im Vorfeld der Bundestagswahl 1961 aufgegriffen.

³⁰⁸ Vgl. Kap. 3.2.b; mehr dazu auch in A. KRÜKE, »Responsivität«, 2006.

die Wählerschaft fußend, ließ sich die Annahme der Mitglieder als Repräsentanten der Partei untermauern.³⁰⁹ Ihnen wurde eine aktive Rolle für die Beeinflussung im Meinungsbildungsprozeß als Werber auf persönlicher Basis zugebilligt, da die amerikanischen Studien den Massenmedien keinen Einfluß zuschrieben. Der als einschlägig für die Wahlentscheidung ausgemachte Zwei-Stufen-Fluß der Kommunikation stellte die neu für die SPD entdeckten ›Meinungsführer‹ als entscheidende Einflußgrößen bei der Meinungsbildung der Wähler heraus. Bei dem Vorhaben, neue Mitglieder wie Wähler zu gewinnen, kamen also Mitglieder ins Spiel. Diese Vorgehensweise fand ihre politische Begründung und Motivation gegenüber der Partei unter anderem in dem Umstand, daß die CDU eben über keine Massenorganisation verfügte wie die SPD, die nun ihre Stärke, die Mitglieder, herausstellen sollte. Diese sollten sich in das gesellschaftliche Leben vor Ort, in Sportverein und Kirchenchor, auch als Sozialdemokraten einmischen, um Sozialdemokratie und gesellschaftliche Organisation zu verflechten. Mitglieder wurden als Teile eines »Räderwerks« begriffen, das für diese Anstrengungen nur ein wenig geölt werden mußte.³¹⁰ Auf sie sollte gezielt zurückgegriffen werden – schließlich stellten sie bereits zuvor die wichtigsten ›Werbeträger‹ und mußten auch aus demokratischen Prinzipien wie aus dem Selbstverständnis heraus in die Strategien der Partei miteingebunden werden. Der Blick nach innen auf die Mitgliedschaft ging demnach von dem Impuls der Beobachtung der Partei von außen aus. Der Einsatz der Mitglieder beruhte auf Annahmen, die über Jahre hinweg funktionierten und daher nicht infrage gestellt werden mußten. Bemühungen um Steigerungen und Ansprachen von potentiellen Mitgliedern, eine gezielte Mitgliederarbeit, überhaupt zunächst die Feststellung von Zahlen potentiell Interessierter, griffen dabei ineinander.

Das Anfang der sechziger Jahre entwickelte »Große Gespräch« der SPD zum Dialog mit Meinungsführern stellte eine direkte Umsetzung dieser Überlegungen dar.³¹¹ Aufbauend auf dieser Idee, daß Meinungsführer hauptsächlich in der Mittelschicht anzutreffen waren, wurde ein Konzept zur Ansprache entwickelt. Es wurde ein für die SPD bis dahin unüblicher Veranstaltungstyp gewählt, eine Art Empfang mit prominentem politischen Gast, ohne allerdings die einfachen Mitglieder einzubeziehen. Somit war Kommunikation als solche erstmals demoskopisch untersucht worden, aber nicht die Kommunikationsträger. Durch die Demoskopie wurde das persönliche Gespräch zur beobachteten interpersonalen Kommunikation. Die Demoskopie übernahm in diesem Zusammenhang die Annahmen der SPD über die Rolle der Mitglieder und deren Werbefunktion und versuchte in keiner Weise, diese zu überprüfen, so daß hier der blinde Fleck des Selbstbildes bestehen blieb,

³⁰⁹ Vgl. hier und im folgenden vor allem P. F. LAZARFELD/B. BERELSON/H. GAUDET, *People's Choice*, 1944 (dt. 1969).

³¹⁰ Dieses Bild benutzte Karl Garbe auf der Funktionärstagung »weiter voran« im November 1961, um die SPD-Funktionäre von der notwendigen Veränderung einer stärkeren gezielten Beteiligung der Mitglieder am gesellschaftlichen Leben zu überzeugen. Vgl. Manuskript Garbe (gehalten im Arbeitskreis A, eigene Traditionsgebiete), AdSD PV 0709.

³¹¹ Vgl. A. KRÜKE, »Responsivität«, 2006.

daß der Kern der SPD, die Mitglieder, durchgängig politische aktive Menschen seien. Auf dieser Grundlage erfolgte die weitere demoskopische Beschäftigung mit den Mitgliedern, die nun fast ausschließlich im Zusammenhang mit der Rolle als Repräsentanten der Partei durch interpersonale Kommunikation betrachtet wurden. Im Rahmen der wachsenden Politisierung und Ansprüche an Partizipation sowie als Teil der Vorstellungen über die SPD als Volkspartei wurden Mitglieder als Teil des Parteiimages begriffen. Unterstützt durch demoskopische Befunde zum persönlichen Gespräch als Faktor der Wahlentscheidung wurden Mitglieder noch stärker in die Mobilisierung und Gewinnung von Wählern in die Wahlkämpfe 1965 und 1969 eingebunden.

Das Anwachsen der Mitgliedschaft ab der zweiten Hälfte der sechziger Jahre schien jedenfalls kein Grund für die SPD zu sein, ihre Mitglieder zu beobachten. Infratest machte 1968 vergeblich Vorschläge dazu. Es bezog sich explizit darauf, daß sich die Verhaltensweisen der Mitglieder auf das gesamte Erscheinungsbild der SPD auswirkten. Damit wurden Mitglieder erstmals als demoskopische Kategorie der Selbstdarstellung einer Partei konzipiert. Die Begründung der Untersuchung bezog sich sowohl auf die innerparteilichen Spannungen der SPD als auch auf die Zusammensetzung der Mitglieder und die dort verankerte Problematik.³¹² Eine solche Untersuchung wurde nur auf die Gewerkschaften angesetzt, da sie als erweiterter politischer Bereich der SPD galten und die Gewerkschaftsmitglieder als »Multiplikatoren« bezeichnet wurden.³¹³ So nahm es nicht wunder, daß Infratest 1969 eine besondere Bereitschaft zum Engagement insbesondere von Gewerkschaftsmitgliedern herausstellte und darauf als strategisches Mittel der Öffentlichkeitsarbeit in Form von Hausbesuchen hinwies.³¹⁴

Allerdings wurde die Entwicklung der Jungsozialisten (Jusos) zum Anlaß genommen, eine Umfrage unter allen Mitgliedern der Partei unter 35 Jahren durchzuführen. Die Umfrage wurde – höchst ungewöhnlich – auf Beschluß des außerordentlichen Parteitagess vom 16. bis 18. April 1969 durchgeführt mit dem Ziel, eine stärkere Beteiligung junger Menschen in der SPD zu ermöglichen und die Strukturen auf die Bedürfnisse hin ausrichten zu können. Der Zuwachs an jungen Mitgliedern und die von dort ausgehende Radikalisierung der politischen Positionen beunruhigten die Parteiführung, die eigentlich nichts über diese neuen Mitglieder wußte. Daher beauftragte sie Infas mit einer Umfrage. Alle Jusos erhielten einen Fragebogen, der in Zusammenarbeit mit ihrem Bundesvorstand vorbereitet worden war und auf die Erstellung eines soziodemographischen Bildes der jungen Mitglieder sowie ihren Bildungsstand, ihre politischen Aktivitäten und Vorstellungen beziehungsweise Einschätzungen ihrer Situation in der Partei abzielte. Als die Fragebogen verschickt waren, eskalierte die zuvor recht harmlos scheinende Situation, da sich Widerstand

³¹² Vgl. Trend, [Infratest], »Untersuchungsprogramm«, Punkt B, Vorlage zum Präsidium am 6. 6. 1968, AdsD Dep. Schmidt 5191.

³¹³ Vgl. ebd.

³¹⁴ Vgl. Infratest, »Wählerforschung Bd. A«, S. 14 f., AdsD PV 02041.

gegen das vermeintliche ›Aushorchen‹ der Jusos durch die Parteioberen formierte. Die Jusos sahen sich im Recht, zur ›Sabotage‹ der Umfrage aufzurufen, da sie die Umfragetechnik als ein Manipulations- und Herrschaftsmittel betrachteten: Die Juso-Mitglieder sollten bespitzelt und durch die Versprechung einer Beteiligung am politischen Prozeß mittels der Umfrage manipuliert werden.³¹⁵ Damit befanden sie sich im Einklang mit der Deutung der Meinungsforschung als Herrschaftsmittel, die im Zuge der 68er Bewegung Auftrieb erhalten hatte und die Manipulation zu einem Generalvorwurf werden ließ. Demgegenüber hatte die Parteiführung die Untersuchung als normale sozialwissenschaftliche Erhebung dargestellt. Dabei schwang die entgegengesetzte Haltung zur Meinungsforschung mit. Statt als Manipulationsinstrument beinhaltete sie die Vorstellung der demokratischen Partizipation durch eine Umfrage, da jeder seine Meinung äußern konnte, die schließlich in der einen oder anderen Form dann in der Auswertung berücksichtigt werden würde und damit in den politischen Prozeß auf der Führungsebene einging. Jedoch standen sich die beiden Positionen zur Meinungsforschung unvereinbar gegenüber. Aufgrund des Boykotts und einer gezielten Antwortaktion von Teilen der Jusos an der Basis fand zwar eine Auswertung von 4 000 der eingegangenen 32 000 Fragebögen statt, diese galt aber ausdrücklich als nicht repräsentativ.³¹⁶ Sie wurde daher als nutzlos bewertet. Der einzige Mehrwert bestand darin, daß nebenbei noch weitere Daten zur SPD-Mitgliedschaft abgefallen waren, die für politikwissenschaftliche Untersuchungen genutzt wurden.³¹⁷

Nach der kostspieligen Pleite der Juso-Umfrage wurden weitere Untersuchungen vermieden. Das Thema Mitgliederbeobachtung durch Umfragen hatte sich für die SPD für die nächsten Jahre erledigt und kam nach weiteren negativen Erfahrungen mit der Interpretationsweite und der Nutzung von Umfragen in der Medienöffentlichkeit nicht infrage. Statt dessen rückte eine altbewährte Methode der Beobachtung wieder in den Vordergrund. Die SPD verortete ihre Mitglieder nach sozialstatistischen Angaben bereits seit 1928 in einer zentral angelegten Kartei. Die Veränderungen der SPD im Zuge der Regierungsübernahme und der sozial-liberalen Koalition sowie die fortschreitende ›Computerisierung‹ der Administration ließen nun Pläne zur elektronischen Mitgliedererfassung und -bearbeitung entstehen. Diese hatte bis dahin über die Bezirke und als Karteikartensystem funktioniert, wurde nun aber als zentral zu nutzende Ressource erkannt, um jederzeit die gespeicherten Daten zur Mitgliedschaft abzurufen und diese anzusprechen, also um meinungs-

³¹⁵ Zum Ablauf: Das Präsidium beauftragte Wischnewski am 23. 10. 1969 mit der Vorbereitung und dem Entwurf eines Fragebogens, den er mit einem Zeitplan des Vorhabens (Absprache des Fragebogens mit Bundesausschuß der Jusos am 25. 11. 1969) im PV am 6. 11. 1969 vorlegte. Der weitere Verlauf zeigte sich im Präsidium: am 15. 1. 1970 (gezielte Torpedierung), 14. 06. (erste Ergebnisse), 3. 8. 1970 (Vorlage Auswertung und Beschluß, sie dem Parteitag vorzulegen).

³¹⁶ Vgl. Infas, »Befragung junger Sozialdemokraten. Ergebnisse einer Erhebung bei SPD-Mitgliedern unter 35 Jahren«, Bonn, Juni 1970 (Bibliothek der FES).

³¹⁷ Vgl. A. MEYER, Parteitaktivitäten und Einstellungen von CDU- und SPD-Mitgliedern, 1973; N. DIEDERICH, Mitgliederstruktur von CDU und SPD, 1973; vgl. die Analyse eines ähnlich gelagerten Falles in der Großorganisation katholische Kirche B. ZIEMANN, Medien und Partizipation, 2006.

bildend zu lenken und zu aktivieren. Damit wurden Teile der Mitgliedschaft über sozialstatistische Angaben zu neuen Gruppen zusammengesetzt und die Mitgliedschaft nach Zielgruppen zu bestimmten Mobilisierungen durchleuchtet. So wurden sie demselben Beobachtungsverfahren wie die Zielgruppen der Wählerschaft unterzogen. Die Umstellung wurde 1970 nach längerem Ringen – schließlich handelte es sich auch um eine weitreichende, kostenträchtige Anschaffung – beschlossen.³¹⁸ Die Umsetzung dieser Planungen der Erfassung und elektronischen Bearbeitung bereitete Probleme und wurde erst 1974 zum Abschluß gebracht. So befand sich die elektronische Kartei 1972 erst im Aufbau und konnte daher im Wahlkampf nicht genutzt werden. Die SPD griff in der polarisierten Situation des Wahlkampfes daher auf das inzwischen bewährte Rezept der gezielten Mitgliederaktivierung zurück, die zu einer großen Werbeaktion ausgebaut wurde. Sie galt als das »wirksamste Mittel im Wahlkampf«, um die »unmittelbare[n] Überzeugung im Gespräch« der Mitglieder umzusetzen, wie auch Infratest meinte:

»Es muß also ein geschlossenes Programm, sozusagen ein ›Paket‹ entwickelt werden, das dem einzelnen Mitglied direkt vom PV zugestellt wird, und das in sich einen hohen Anforderungscharakter besitzt, verbunden mit Hilfestellungen für eine sachgemäße Anwendung. Besonders wichtig ist, dieses ›Programm‹ so attraktiv zu gestalten, (ein bißchen wie ein Spiel!) daß man sich dabei selber testen kann, damit die kritische Schwelle zwischen vager Motivation und konkreter Handlung sozusagen ›spielerisch‹ überwunden wird. Dazu gehört eine insgesamt attraktive Ausgestaltung dieses ›Pakets‹, [...] durch die Wahl des Papiers, die Grafik, die Gestaltung der Texte.«³¹⁹

Hier wurden Mitglieder zu Kunden, um die geworben werden mußte. Spaß und Spiel statt Pflicht wurden in den Vordergrund gestellt, denn jede/r Einzelne mußte von der Aktivität überzeugt werden. Für die SPD erwies sich der Erfahrungsschatz Infratests in Bezug auf Konsumforschung als sehr hilfreich.

Der demoskopische Diskurs beschrieb die Mitglieder als »demokratisierte« Darstellungsobjekte oder -flächen, die im Kampf mit den Medien um die Deutungsmacht und die Herstellung von Öffentlichkeit eingesetzt wurden. Damit wurden Mitglieder und Massenmedien immer in Kontrast zueinander gedacht, nicht als Kombination der Ansprache von Mitgliedern durch Massenmedien, auch wenn im Wahlkampf 1972 in den SPD-nahen Tageszeitungen in der ganzen Republik kleine Anzeigen geschaltet wurden, in denen die Mitglieder und Unterstützer hinsichtlich besonderer Aktionen und Deutungen angesprochen wurden.³²⁰ Hier gerieten die Mitglieder nun, ganz ähnlich zu den fünfziger Jahren, wiederum zur »Kampfmasse« der SPD gegen die Übermacht der Konservativen. Diese Übermacht stellte sich zu Beginn der siebziger Jahre medial dar, vor allem Springer und die *Bild*-Zeitung, in der 1976 keine Werbung geschaltet wurde, dienten als symbolische Gegner. Die Her-

³¹⁸ Vgl. dazu J. BOYER, Einleitung, 2005, S. 86 ff.

³¹⁹ Infratest, »Überlegungen zu einer Mitgliederaktion in einem möglichen Wahlkampf«, Zitate S. 3 und 4, AdsD PV 14402.

³²⁰ Zur Vorgehensweise im Wahlkampf bezüglich Mitgliedern und Medien vgl. die ausführliche Beschreibung in SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Jahrbuch SPD 1970–1972, 1972, S. 260–301.

stellung einer interpersonalen Öffentlichkeit wurde als dezidierte Alternative zur »Springerpresse« herausgestellt.³²¹ Die demoskopische Erkenntnis zu der Wirkung von Massenmedien, deren Wirkung als lediglich meinungsverstärkend oder impulsgebend, aber nicht meinungsverändernd angenommen wurde, unterlag einer Interpretation im Zusammenhang mit ökonomischen Fragen der Zugänge und Strukturen der Öffentlichkeit. Die als durchökonomisiert und in den Händen der konservativen Verleger erscheinende massenmediale Öffentlichkeit wurde als wirkungsmächtig betrachtet. Deren ökonomische Kraft schuf demnach eine »Medienbarriere«, die die Medienarbeit der SPD in der Form behinderte, daß ihr weder Eingriffe noch Kontrolle ihrer Aussagen möglich waren und daher eine »Gegenöffentlichkeit« zur Richtigstellung der Außendarstellung der SPD und ihrer Politik erst hergestellt werden mußte. Auf diese Weise erfuhr die medienkritische Debatte der SPD eine Erneuerung durch die soziologisch-politikwissenschaftlich geführten Debatten der »Neuen Linken«.³²² Der demoskopische Diskurs erzeugte das wissenschaftliche Grundwissen dazu, indem er zum einen die Medien beobachtete, zum anderen die Meinungen der Bevölkerung mit denen der verschiedenen Medien verglich, ihre Mediennutzung untersuchte und kognitive Elemente stärker in die Interpretation einbaute. Ebenso wurde den Medien jedoch ein stärker werdendes Agenda Setting zugeschrieben. Diese Erkenntnisse flossen bedingt in den demoskopischen Diskurs der SPD ein, welche vielmehr auf die Macht der Medien schaute und auf dieser Deutung beharrte, statt auf die teilweise in demoskopischen Interpretationen angebotenen Grenzen der Deutungsmacht zu achten. Ihr Verhältnis zu den Medien der siebziger Jahre läßt sich daher mit einem Begriff wie Ohnmachtsgefühl am besten beschreiben. Nur die offensichtlichen Grenzen der Medienmacht, ihre Beschränkung auf das geschriebene Wort und das gesendete Bild, wurden als Ansatzpunkte gesehen, um die Hegemonie durch eine eigene Öffentlichkeit zu durchbrechen. Auf diese Weise wurden Mitglieder wie Zuschauer Objekte der Auseinandersetzung mit der CDU und den konservativen Medien. Die SPD bearbeitete ihre Situation mit einer spezifischen Kombination von selektiv genutzter Meinungsforschung und Medien(-wirkungs-)theorien. Dies drückte sich in einer sich weiterhin in Annahmen erschöpfenden Umgangsweise mit Mitgliedern als Aktivposten der Partei aus, die Öffentlichkeit herstellten und die Deutung durch eigene Medien ermöglichten. Jene wurden als spezifische Deutungsantwort auf bestimmte Medienereignisse z. B. in den Wahlkämpfen 1972 und 1976 zugeschnitten.³²³

³²¹ Vgl. Sprechzettel Holger Börner (Rede vor BTF), 29.6.1976, AdSD PV 13889.

³²² Es erschien viel Literatur zu dem Thema zwischen der Mitte der sechziger Jahre bis zur Mitte der siebziger Jahre, dabei ist besonders die Einführung des Begriffs der »Gegenöffentlichkeit« zu betonen, der den Bemühungen um eine Alternative zu den verachteten Medien das Stichwort lieferte: O. NEG/T/A. KLUGE, Öffentlichkeit und Erfahrung, 1973. Es ist eine Untersuchung wert, wie diese Diskussion zur Entwicklung des Faches Medien- und Kommunikationswissenschaft beitrug. Vgl. für einen Aufriß der Entwicklung R. BURKHART, Kommunikationswissenschaft, 2002.

³²³ Vgl. dazu auch Kap. 3,5.b.

Aufklärung wurde wieder zu einem wichtigen Stichwort, denn in Anzeigen und internen Medien wurden nun die Funktions- und Wirkungsweisen der Instrumente der Gegenseite erklärt.³²⁴ Dazu zählten politische Deutungen in Medien sowie Umfrageergebnisse, die insbesondere als Kombination in den Äußerungen Elisabeth Noelle-Neumanns entdeckt und dechiffriert wurden.³²⁵ Auf diese Weise erneuerte sich auch die Auseinandersetzung um die Meinungsforschung in den siebziger Jahren, da ihre Werte und Interpretationen zu einem massenmedial zu beobachtenden Zankapfel gerieten. Dabei verschob sich die demoskopische Perspektive von den existierenden Medien und ihren konkreten Wirkungen zu den allgemein gesellschaftlichen Auswirkungen der verstärkten Mediennutzung, die Gerhard Unholzer von Infratest in einem Vortrag 1978 als einen »Kommunikationsschock« bezeichnete.³²⁶ Die mediale Situation nun im Angesicht neuer Entwicklungen akzeptierend, wandte man sich den Neuen Medien zu, die sich von einer Technik- zu der Streitfrage entwickelten, ob die deutsche Bevölkerung wirklich mehr Programme benötige als vorhanden seien, und dies vor dem Hintergrund, wer diese finanzieren und kontrollieren möge. Hier begann sich der Diskussionsstrang zur Rolle der Medien in der Gesellschaft und die Rolle der Mitglieder für die Partei wieder auseinander zu entwickeln, ebenso wie sich die »Medienpolitik« als eigenständige policy herauszuschälen begann.³²⁷

Gleichzeitig wurde Mitte der siebziger Jahre immer deutlicher, daß die Hoffnungen, die gerade die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in die neue Mitgliederkartei zur gezielten Aktivierung von Parteimitgliedern gesetzt hatte, nicht erfüllt werden konnten.³²⁸ Damit war der Traum, durch eine elektronische Verarbeitung sozialstatistischer Angaben eine totale Erfassung und Bearbeitung von Mitgliedern zu erreichen, geplatzt.³²⁹ Hier zeigte sich, wie eng die statistische Erfassung weiterhin mit dem demoskopischen Diskurs in dem Glauben verbunden war, daß die Mitgliedererfassung demoskopische Untersuchungen überflüssig mache und die Statistik ausreiche, um die Mitglieder gezielt anzusprechen. Der demoskopische Diskurs lief damit bei den Überlegungen zur Behandlung und Betrachtung der Mitgliedschaft und ihrer

³²⁴ Vgl. SPD-Parteivorstand (Hrsg.), Jahrbuch SPD 1970–1972, 1972, S. 273.

³²⁵ Vgl. dazu die Schilderung der Verschiebung der mit Umfragemforschung verbundenen Tätigkeiten im PV, Kap. 3.5.a und b.

³²⁶ Gerhard Unholzer, Vortragstext, Beitrag der Massenmedien zur Informiertheit der Bürger. Referat am 17. November 1978 beim Colloquium der Medizin-Journalisten in München«, AdSD Dep. Müller 187.

³²⁷ Vgl. ebd.; Unterlagen in AdSD Dep. Müller 201 und 212; vgl. auch Kap. 5.4.

³²⁸ Vgl. entsprechende Beschwerden der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit: Vermerk »Steigerung der Wirksamkeit unserer Wählerforschung« vom 20. 6. 1975, AdSD PV 13887; Vermerk »Organisations-Matrix« vom 16. 6. 1977, AdSD PV 13890.

³²⁹ Welche Rolle ein solches Registrierungssystem für Parteiorganisationen einnahm und welche Aussagen sich mittels einer Analyse der Anlage und Durchsetzung sowie des Zeitpunktes eines solchen technischen Umbruchs über eine Partei treffen lassen, ist nicht Gegenstand dieser Arbeit. Dies ist eine offene Fragestellung, die Boyer in seiner Einleitung teilweise beantwortet und die auch für die CDU in Hinblick auf die allgemeine Parteiorganisation partiell bearbeitet worden ist, J. BOYER, Einleitung, 2005; H.-J. LANGE, Responsivität und Organisation, 1994.

Zahlen ›unterirdisch‹ mit und wurde zu bestimmten Konstellationen der Informationsbedarfe an die Oberfläche gespült. Es zeigte sich, daß die Deutung, die Demoskopie werde besonders in Krisen zu Rate gezogen, auch hier gültig war. In einer solchen Krisensituation befand sich die SPD nach der Bundestagswahl 1976. In ihrer Auswertung analysierte sie, daß die Mobilisierung der Mitglieder nach dem bewährten Prinzip nicht mehr so gut funktioniert hatte und daher auch die Wähler (Zielgruppen) nicht mehr so erfolgreich angesprochen worden waren. Zumindest stellte diese Verknüpfung von Mitgliedern und Zielgruppen einen wichtigen Teil zur Erklärung des Stimmenverlustes dar.³³⁰ In der Phase geringerer parteiinterner Kämpfe, erneut stagnierender Mitgliederzahlen und einer aufgrund der ›schlechten‹ Mitarbeit der Mitglieder verlorenen Wahl wurde eine Umfrage unter den Mitgliedern als Beobachtungsform – trotz vorheriger schlechter Erfahrungen wie mit der Juso-Umfrage – zu einer Option.

Die zwei Studien, die in monumentalen Ausmaßen die Beobachtungen zur Struktur der Mitgliedschaft sowie ihren Verhaltensweisen ausbreiteten, wirken wie eine Bestandsausnahme nach einer langen Zeit der Veränderung: Neben der ersten umfassenden sozialstrukturellen Erfassung dienten sie der Beobachtung der Kommunikation und des politischen Verhaltens der Mitgliedschaft.³³¹ Der zunächst geplante Vergleich zur CDU, die hohe Zuwachsraten zu verzeichnen gehabt hatte, wurde zwar von der SPD aus Kostengründen gestrichen, von Infratest aber in Eigenfinanzierung unternommen.³³² Das Mitgliederwachstum war bereits seit langem als starke Veränderung der SPD wahrgenommen worden, als Verbreiterung und Verschiebung in der strukturellen Basis, durch die sich auch die politischen Vorstellungen und Ausrichtungen verändert hatten. Hatte sich Willy Brandt schon Anfang der sechziger Jahre Gedanken gemacht zur Einbindung der Mitglieder in den Kurs und die Strategie zur Öffnung der Partei, mußte er dies nun erneut, jedoch unter ganz anderen Vorzeichen, tun, da sich die Mitgliedschaft zwar wie erhofft und darüber hinaus erweitert hatte, aber politisch anders als erwartet ausgerichtet war.³³³ Zum einen zeigten die demoskopischen Beobachtungen die Perspektive der vormaligen Strategie nun deutlich auf, indem die Annahmen zu den Mitgliedern und ihrer Aktivität eben als Annahmen dechiffriert wurden. In den Untersuchungen, die in der doppelten Ausführung Sicherheit in den Ergebnissen und Eindeutigkeit in der Interpretation garantieren sollten, wurde eine Unterscheidung zwischen einem »aktiven« und einem »passiven« Mitglied getroffen und damit Mitglieder erstmals jenseits der so-

³³⁰ Vgl. SPD-Parteivorstand, Bundestagswahlkampf '76, 1977.

³³¹ Vgl. Infratest, »Kommunikationsstudie zur SPD-Organisation«, 11 Bde., München 1978, Unternehmensarchiv Infratest; Infas-Report, »SPD-Funktionäre 1977. Eine Bestandsaufnahme der Organisationsarbeit der SPD«, 12 Bde., Bonn-Bad Godesberg 1977/78 (Bibliothek der FES). Darüber hinaus wertete Infas sein Material weiter aus: M. GÜLLNER, Mitgliederstruktur der SPD, 1977; M. GÜLLNER/D. MARVICK, Parteihochburg, 1977.

³³² Vgl. Vermerke von Borstell an Bahr und Dröschler über das Untersuchungsdesign am 16. 2. 1977 und am 11. 5. 1977, AdSD PV 13890; Präsentation Becker auf der PV-Sitzung am 27. 2. 1978.

³³³ Vgl. für das Wachstum der SPD K. SCHÖNHÖVEN, Sozialdemokratie im Wandel, 1998; J. BOYER, Die SPD in der Gesellschaft, 2001.

zialstatistischen Beschreibung charakterisiert. Damit wurde die zuvor zugunsten der Annahme zur selbstverständlichen Aktivität eines jeden Mitglieds verdrängte Kenntnis über die nicht an den Tätigkeiten der Partei partizipierenden Mitglieder entlarvt. So war zum Beispiel gleich in der ersten eigenen Mitgliederumfrage in den fünfziger Jahren die geringe Teilnahme an Veranstaltungen aufgeführt, aber ignoriert worden. Mitgliedsein hatte bedeutet, sich für die eigene Partei einzusetzen, ohne eine nähere Definition zu treffen, was das hieß oder wie das umgesetzt wurde. Allerdings erhielt das Engagement, das offene Eintreten für die SPD im Rahmen des seit den sechziger Jahren entwickelten sogenannten »Straßenwahlkampfes« eine andere Bedeutung. Die Kategorie der politischen Partizipation hatte sich dank des eigenen Slogans zur Demokratisierung wie auch der allgemeinen Politisierung gewandelt, gesellschaftlich wie auch innerhalb der Partei. »Engagement« und »Aktivität« waren so zu Werten an sich in der Partei geworden und hatten die schlichte »Beteiligung« verändert und differenziert. Dies hatte die SPD zwar auch mit Hilfe von Hinweisen der Demoskopien wahrgenommen, ihre Mitglieder aber weiterhin unter den Vorzeichen ihrer Annahmen eingesetzt, so daß zeitweilig die Selbstbeschreibung als Mitgliederpartei die eigentlich dominante Selbstdarstellung als Volkspartei in der Innenansicht zu verdrängen schien. Mittels der Demoskopie ließen sich die Mitglieder nun in der gleichen Form wie bei einer Bevölkerungsumfrage desaggregieren und zu Gruppen neu zusammenstellen, nur daß die Kategorien leicht verschoben waren – politisches Interesse galt nicht als das entscheidende Merkmal zur Unterscheidung der Mitglieder. Der Grad des Interesses und der »Aktivität«, die Informiertheit und die Tätigkeiten wurden gelistet, abgefragt und zu einem neuen Bild der Mitgliedschaft zusammengefügt. Auf diese Weise wurde der Blick auf die Wählerschaft verdoppelt, da sie sowohl als Mitglieder der Partei als auch als zu bearbeitende Zielgruppe betrachtet wurden. So wurde letztlich auch die Mitgliedschaft als spezifischer Teil der Wählerschaft zur Zielgruppe und regelmäßig beobachtet.³³⁴

Für die CDU finden sich nur an einzelnen Punkten Parallelen in der Entwicklung des demoskopischen Diskurses in Bezug auf Mitglieder. Während die SPD sich immer als wie auch immer geartete Mitgliederpartei begriff und dabei grundsätzlich einen Parteytyp der Massenorganisation und des persönlichen Engagements jedes Einzelnen vertrat, kam das »Mitglied« in der CDU entsprechend des Selbstverständnisses als Honoratiorenpartei demoskopisch nicht vor. Die Gründe lagen auch darin, daß ihre Finanzierung nicht sehr mitgliederabhängig gestaltet war und die Werbungsarbeit der CDU während ihrer Regierungszeit über andere Vorfeldorganisationen funktionierte. Das Image der CDU hatte nichts mit ihren Mitgliedern zu tun, und keine Umfrage zielte darauf ab. Vielmehr standen dort Aufgaben, generelle Eigenschaftszuweisungen und die Repräsentation durch einzelne Politiker im Vordergrund. Es gab im Großen und Ganzen kaum Interesse an der Aktivität der Mitgliedschaft. Allein die Bundeszentrale sah in dem Wissen über die Mitgliedschaft

³³⁴ Vgl. als professionelle Studie H. BECKER/B. HOMBACH, SPD von innen, 1983; als wissenschaftliche Arbeit J.-B. HOHMANN/H. HURWITZ/K. GÖTZ, Kontinuität und Wandel, 1986.

Vorteile für die CDU insgesamt. Dieses Interesse ging mit einem tatsächlich stattfindenden Zuwachs ab 1962 einher, dem auf dem Bundesparteitag mit der Aufgabenstellung, die innerparteiliche Meinungs- und Willensbildung zu stärken, Tribut gezollt wurde.³³⁵ Neben einer organisierten Versammlungswelle aus Anlaß der Verabschiedung Adenauers wurde diese Aufgabe im Folgejahr mit einer Werbeaktion von Mitgliedern, die einen Erfolg von 6000 Neumitgliedern in der Netto-Rechnung erzeugte, angegangen.³³⁶ Zu deren optimaler Durchführung waren auch demoskopische Tests vorgesehen. Dazu merkte Kraske gegenüber Dufhues an, daß die CDU zwar nie zu einer Mitgliederpartei im klassischen Sinne des Wortes werden könne, sie aber wohl imstande sei, ihre Mitgliederzahlen zu verdoppeln.³³⁷ Er hegte die Hoffnung, mit der Erhöhung der Mitgliederzahl deren innerverbandliche Rolle zu stärken und auch eine inhaltliche Betreuung der Mitglieder zu erreichen, die eine mehr oder weniger direkte Mitsprache der Mitglieder wie auch deren gezielte Beobachtung beinhaltet.³³⁸

Eine elektronisch erfaßte, zentrale Mitgliederstatistik sollte eine andere Betrachtungsweise vor allem durch eine neue technische Weiterverarbeitung ermöglichen. So konnten die Mitglieder nach demoskopischen Kriterien, das heißt hier nach einer Verbindung von sozialstrukturellen Daten mit umfrageerzeugten Angaben, zu Einstellungen und Verhaltensweisen betrachtet und bearbeitet werden. Die Datenerfassung, zu der auch die Kreisverbände 1963 befragt wurden, führte zu einer vielfältigen innerparteilichen Bespiegelung, auch wenn auf diese Weise Defizite der Partei sowie Stärken und Schwächen der Landesverbände und deren Organisationsstruktur sichtbar wurden.³³⁹ Dies war nicht im Sinne der Untergliederungen, die sich zunächst gegen die zentrale Erfassung wehrten. Die 1967 dann erreichte Verfügbarkeit der Mitgliederdaten ermöglichte und verstärkte das Interesse an der Mitgliedschaft, aber auch Umfragen unter der Bevölkerung zur politischen Partizipationsbereitschaft und nach der Mitgliedschaft in einer Partei trugen das Ihre zu einem weitergehenden Interesse bei.³⁴⁰

Eine erste Umfrage unter Mitgliedern ging dann nicht von der CDU aus, sondern kam 1971/73 aus dem Forschungsinstitut. Ziel der Untersuchung war dabei die rein

³³⁵ Im Laufe der sechziger Jahre wuchs die CDU-Mitgliedschaft um mehr als 22% von knapp 249 000 Mitgliedern (1962) auf mehr als 303 000 (1969) an. Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 83.

³³⁶ Vgl. Vermerke von Kraske an Dufhues am 28. 8. 1963 und 10. 10. 1963, ACDP VII-001-028; zu der Zahl vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 87 f.

³³⁷ Wie diese Angabe zustande kam, ist unklar. Er könnte sich auf die Angaben in der o. g. Umfrage bezogen haben. Vgl. Vermerk Kraske an Dufhues am 15. 11. 1963, ACDP VII-001-028.

³³⁸ Dies geht aus der Vortragsnotiz von Kraske am 15. 11. 1963 für Dufhues hervor, ebd.

³³⁹ Vgl. für den Komplex der organisatorischen Reform auch F. BÖSCH, Die Adenauer-CDU, 2001, S. 360 f.; G. PRIDHAM, Christian Democracy, 1977, S. 282 f.

³⁴⁰ Vgl. Ausführungen Dufhues zu einer Umfrage, daß 14% der Bevölkerung bereit seien, in eine Partei einzutreten und dies eine gute Basis für Mitgliederwerbung sei, in der Sitzung des BuVo am 12. 11. 1963, G. BUCHSTAB, Protokolle 1961-1965, 1998, S. 330.

wissenschaftlich ausgerichtete Frage, »was die Mitgliederorganisation in ihren Strukturen und Institutionen leistet.«³⁴¹ Damit lag der Schwerpunkt der Fragestellung nicht so sehr auf den Beschreibungen der Mitgliedschaft und der mit ihr verbundenen, nach außen gewandten Repräsentation der Partei, sondern zielte vielmehr nach innen, auf Motivations- und Kommunikationsmuster. Fragen nach Orientierungen, Verhalten und Aktivitäten standen ähnlich wie bei der späteren SPD-Untersuchung im Vordergrund. Die Repräsentativbefragung wurde 1977 wiederholt³⁴², um einen Überblick über die Veränderungen in den Aussagen zu erhalten, denn in der Zwischenzeit erfuhr die CDU den größten Mitgliederzuwachs in ihrer Parteigeschichte.³⁴³ Beide Untersuchungen konzentrierten sich demnach auf Informationen zur Mitgliedschaft und ihrer Aktivität. Abgefragt wurde auch das Rollenverständnis der Mitglieder, das nach dem Grad der »Aktivität« definiert wurde, nach »aktiven«, »passiven« und »teilnehmenden« Mitgliedern, wobei diese Unterscheidung erst zur zweiten Untersuchung eingeführt wurde.³⁴⁴ Parallel zur SPD-Mitgliederuntersuchung wurde hier die überwiegende Inaktivität der Mitglieder festgestellt, die positiv mit dem Wachstum und der stärkeren Differenzierung der Mitgliedschaft korrelierte. Diese Ergebnisse trugen dazu bei, Erwartungen und Ansprüche an demokratische Prozesse in der Partei und ihre Übertragung auf demokratische Prozesse in der Regierung zu dämpfen.³⁴⁵

Auch hier wurde auf Mitglieder als Endabnehmer der Information und nicht als Multiplikatoren rekurriert. Es wurde in der Studie deutlich hervorgehoben, daß Mitglieder aufgrund der existierenden gesellschaftlichen und parteipolitischen Kommunikationsstruktur zunehmend über Massenmedien direkt anzusprechen seien, da dies allein über die internen Medien nicht zu leisten sei. Im Gegensatz zur SPD wurden Mitglieder hier nicht als alternative Kategorie konzipiert, sondern im Grunde als Wähler mit Parteibuch, die unter bestimmten Umständen besonders ansprechbar waren. In den veröffentlichten Unterlagen der Untersuchung fanden sich dementsprechend keine Hinweise auf Fragen nach Möglichkeiten und Erwartungen zur Aktivität in der Partei.

Diese demoskopischen Überlegungen des SFK und auch des IfD trugen insgesamt zu einer für die CDU neuartigen Verknüpfung von Mitgliedschaft und Repräsentation der Partei bei. Dies zeigen die verstärkten Bemühungen der CDU in den siebziger Jahren. Der Mitgliederzuwachs, der Druck der Partizipationsbestrebungen und das Bemühen um ein anderes Erscheinungsbild der CDU flossen hier zusammen. Im

³⁴¹ W. FALKE, Mitglieder der CDU, 1982, S. 29; vgl. auch Kap. 2.4.b, S. 154f.

³⁴² Da sie in der Archivsperrfrist liegt, kann über ihre parteiinterne Nutzung nichts gesagt werden. Zumindest für die erste Umfrage gilt, daß keine Nutzung der Daten für die Aktivitäten der CDU beabsichtigt war; dies dürfte bei der zweiten Umfrage anders gewesen sein.

³⁴³ Vgl. W. SCHÖNBOHM, Die CDU wird moderne Volkspartei, 1985, S. 166.

³⁴⁴ W. FALKE, Mitglieder der CDU, 1982, S. 74ff.

³⁴⁵ Zumindest stellt sich die Untersuchung in der Bearbeitung Falkes so dar, vgl. ebd., insbes. S. 251–264.

Laufe der siebziger Jahre erholte sich das Erscheinungsbild der CDU mit Hilfe der parteipolitischen Polarisierung, die auf politische Grundeinstellungen zurückging. Wie bereits gezeigt, wurden alte Strukturen der Darstellung und Argumentation aus dem Kalten Krieg erneuert, um das Erscheinungsbild der CDU mit alten, aber auch neuen Elementen zu gestalten. Das neue Element, das die Demoskopien als Mittel zur Veränderung des Erscheinungsbildes entdeckt hatten, hieß ›Parteiorganisation‹. Damit waren auch und vor allem die Mitglieder gemeint. Die CDU profitierte von einem Wandel in den politischen Verhaltensweisen konservativer Wähler, die sich nun zum Engagement bereit erklärten und als Folge der Politisierung und eines gesellschaftlichen Wertewandels in die Partei eintraten. Das zuvor zwar in organisatorischer Hinsicht oft bewunderte, aber in der eigenen Umsetzung verpönte oder mißachtete Engagement wurde so in konservativen Kreisen akzeptabel. Mitgliedschaft und innerparteiliche Mitsprache wurden nun auch von der Partei als Werte anerkannt, die in der Gesellschaft gefragt waren. Zu dieser Bewertung und der Rolle beziehungsweise dem Einsatz der Mitgliedschaft in der CDU seit den siebziger Jahren trugen die Umfragen des IfD und die Interpretationen Elisabeth Noelle-Neumanns stärker bei als die Untersuchungen des SFK, das gemäß seiner Studien diese Aussichten eher herunterschraubte und Mitglieder nur als besser informierte Wähler sah. In Anlehnung an die Erfahrung an den Wahlkampf der SPD 1972 wurde vor allem als Schweigespirale analysiert, daß die Aktivierung der Mitglieder in der öffentlichen Sphäre das entscheidende Element zum Sieg der SPD gewesen sei. Diese Interpretation stellte die Verbindung von Mitgliedern und der Repräsentation der Partei als strategischen Nutzwert heraus. Desweiteren erwuchs in der Neubewertung der Rolle der Medien, denen in den Analysen des IfD eine starke verändernde statt nur verstärkende Wirkungsmacht zugeschrieben wurde – wie dies in anderen Untersuchungen zur Medienwirkungsforschung der Fall war –, ein weiterer Faktor für die Förderung der Mitglieder. Sie erhielten ab Mitte der siebziger Jahre dieselbe Funktion wie in der SPD – eine ›Gegenöffentlichkeit‹ herzustellen, nur mit dem Unterschied, daß dieses nicht so benannt wurde und sie weniger den Medien als den Mitgliedern der SPD gegenübergestellt wurden. Aber auch hier wurde bei der CDU die seit dem Ende der sechziger Jahre kursierende Vorstellung von der Feindlichkeit der Medien wirksam. Diese Einstellung gegenüber den Medien gehörte zum stereotypen politischen Verständnis der Parteien über Medien. Sobald sich Medien nicht in dem direkten kontrollierbaren Einflußbereich der Parteien befanden, schien sich diese Ansicht einzustellen. Auch aus diesem Grund näherte sich die CDU der Betrachtung der Mitglieder an und besaß in der Folge ähnliche Probleme wie die SPD in Bezug auf ihre Mitglieder; lediglich der Ausgangspunkt unterschied sich. Während die SPD von einer vollkommen mobilisierbaren und aktiven Parteimitgliedschaft ausging und plante, startete die CDU von einem recht niedrigen Sockel. So fand eine Annäherung der beiden Parteien in der Beobachtung und ihren Kriterien bezüglich der Rolle und Aktivität der Mitglieder statt, die in einer übereinstimmenden Anerkennung des sozialen und wertbezogenen Wandels fußte, auch wenn die Parteien darüber hinaus ganz unterschiedliche Zielrichtungen verfolgten. Im

Hinblick auf den Stand demoskopischer Beobachtung war Ende der siebziger Jahre ein Gleichstand erreicht – alle zergliederten Teile der Politik waren nun gleichermaßen in beiden Parteien in ihrer demoskopischen Beobachtung verankert.

3. Veränderte Vorstellungen vom politischen Prozeß: Zur Konzeptualisierung von Politik

Dieses Teilkapitel hat gezeigt, wie stark die desaggregierte Beobachtung von Politik durch ihre Zergliederung und immer komplexer werdende neue Zusammensetzung zu einem neuen Gesamtbild in die Vorstellungswelten des Politischen eingriff. Dabei war es egal, ob es sich um die Deutungsschemata des Wählerverhaltens einzelner Gruppen, um die Rolle des Images des eigenen Spitzenkandidaten oder um einzelne Begriffe, auf die eine gesamte Partei verdichtet werden konnte, handelte. Politik wurde demnach mittels der Kategorien der Demoskopie und ihren daran orientierten Beobachtungen dekorporiert. Die Desaggregation betraf mit ihrer Totalität nicht nur Fragen der Zusammensetzung des politischen Körpers, sondern auch der Souveränität und der Macht. Aus den Zentren der Politik heraus gerufen, entwickelte sich die Demoskopie mit Hilfe ihres objektivierten Beobachtungsstandortes im Kern zu einer Definitionsmacht darüber, was als politisch galt: nämlich das, was mittels demoskopischer Beobachtung wahrgenommen werden konnte.

Die Verstetigung der demoskopischen Untersuchungen zu bestimmten Sets von Fragen und ihre wiederkehrenden Deutungsmuster wurden angesichts des sich vollziehenden gesellschaftlichen Wandels der Nachkriegsgesellschaft als sinnvoll akzeptiert, drangen auf diese Weise in die Vorstellungswelten der politischen Akteure vor und setzten sich dort fest. Dieser Prozeß geschah auf zwei Arten.

Zum einen verfestigte sich die Umfrageforschung als Beobachtungsvorgang an sich, die Beobachtung zweiter Ordnung wurde als die Regelbeobachtung angenommen. Damit wurden abweichende eigene Beobachtungen als ›verzerrt‹ gedeutete Wahrnehmungen infrage gestellt, so daß auch Mitglieder, deren Weltansicht per se als verzerrt galt, demoskopischen Beobachtungsmaßstäben unterzogen wurden. Die allseitige Akzeptanz dieser Beobachtung ging zum anderen mit der Übernahme der Deutungsschemata einher, da diese sich als annähernd quantitativ zutreffend für das Wahlgeschehen erwiesen. Die Wiederkehr der Fragestellungen und die festgelegten Typologien und Regeln der Interpretation verbanden sich zu einer semantischen Deutungsstruktur, mit deren Hilfe Politik anders, nämlich nach spezifischen Regeln der Zustimmungsmaximierung, begriffen wurde. Interpretationsgrundlage bildete ein auf die individuelle Meinung gerichteter Blick, der die Wählerschaft nach neuen Kriterien zusammensetzte, indem er sich auf ein als verändertes und veränderbares proklamiertes Wahlverhalten stützte. Die Aussicht darauf, angemessen auf eine Veränderung in der Wählerschaft reagieren zu können, nicht nur um die bevorzugten Wählergruppen zu erhalten, sondern auch, um neue Wählergruppen hinzu zu gewinnen und damit Wählerverhalten aktiv zu verändern, sorgte dafür, daß eine Spi-

rale der Veränderung der Parteien auf demoskopischer Grundlage in Gang gesetzt und in Bewegung gehalten wurde. Dies bedeutete einen generellen, allerdings auch von weiteren Faktoren beeinflussten Wechsel von einem reaktiven politischen Verhalten zu einer ›proaktiven‹, planenden Ausrichtung politischen Handelns. Dazu benötigten die Parteien zuvörderst eine Möglichkeit, die Verhaltensweisen der Umwelt zu antizipieren und zu verarbeiten. Zentral war in der daraus hervorgehenden Konzeptualisierung von Politik die Stellung der Öffentlichkeit, die nach und nach zum Bezugspunkt aller Faktoren des Politischen wurde, wobei dies wiederum als Rückkopplung die Vorstellung von Öffentlichkeit und der Bearbeitung der vermuteten oder gemessenen Meinungen veränderte.

Dieser Wechsel betraf alle Beobachtungsdimensionen von Politik, wobei die zwei großen Parteien je nach eigener Ausrichtung blinde Flecken besaßen, die sie erst im Verlaufe der weiteren demoskopischen Forschung aufzudecken und mit Beobachtungen aufzufüllen vermochten: vor allem (mit der Ausnahme Willy Brandts) die ›Personen‹ und auch teilweise ›Mitglieder‹ bei der SPD und die ›Partei‹ und ihre ›Mitglieder‹ bei der CDU. Dabei trug die Orientierung der Institute und der wissenschaftlichen Ausbildung der Mitarbeiter wie auch die öffentliche Ausbreitung von Ergebnissen und deren Fachdiskussion dazu bei, daß ein gemeinsamer Diskussionspool entstand, in dem die Institute beziehungsweise deren generelle Deutungsschemata miteinander konkurrierten und Einflüsse vor allem aus der amerikanischen Wahlforschung Eingang fanden. Insbesondere die Ansätze zur individuellen Parteiidentifikation und -bindung, der Rolle der Kommunikation, der Massenmedien und der auf der Makroebene operierenden Lagertheorie zur Erklärung des Wahlverhaltens ab Mitte der sechziger Jahre setzten sich in unterschiedliche Vorstellungen von Wählerschaften und der Bearbeitung ihrer jeweiligen Meinungen um, die zudem auf unterschiedliche Selbstverständnisse der beiden Parteien prallten. Ausgehend von den Unterschieden in der demoskopischen Vorstellungswelt setzten sich die politischen Akteure gegenseitig unter Druck, indem sie die Ergebnisse der Umfrageforschung öffentlich und in der Umsetzung sichtbar werden ließen. Damit vollzogen sie bestimmte Deutungen und Ansätze der jeweils anderen Seite nach und machten sie für sich nutzbar.

Ob dies mit oder ohne Anerkennung geschah, ob die Gegenseite dies nun besser umsetzte oder nicht, war dabei nicht entscheidend. Entscheidend war die demoskopische Neustrukturierung des Selbstverständnisses als Partei und der Vorstellung der Funktionsweise von Politik. An vorhandene Deutungen anschließend, näherte sich die Demoskopie an die jeweilige Beschreibung von Politik bei einer Partei an, floß in sie ein und untergrub das bislang existente Kategoriensystem zur Beschreibung des politischen Körpers, das bis dahin als Gerüst für Vorstellung und Handlungsweise der Parteipolitik gedient hatte. Das Parteiidentifikations-Theorem erlaubte zum Beispiel die in der deutschen Forschung und Demoskopie noch lange bezweifelte These, daß nicht sozioökonomische Merkmale die Wahlentscheidung bestimmten, sondern die individuelle Identifikation mit einer Partei, welche zwar als (langfristige) Grundorientierung galt, aber unter bestimmten Umständen eine

kurzfristige Abweichung von der ›Normalwahl‹ erlaubte. Diese Kurzfristigkeit ließ sich nur als eine zeitlich bestimmte Konstellation von politischen Gegebenheiten fassen. Da Parteien sich nicht einfach verändern konnten, wie von allen Demoskopien immer wieder als Warnung vor einem ›Imagebruch‹ beschworen wurde, gerieten als kurzfristig veränderbare Größen die inhaltliche politische Situation und die personellen Aspekte in den Blick. Aus diesem Grund wurden Issues und Images politischer Akteure ins Zentrum der Beobachtung gestellt, um die demoskopisch ausgemachten potentiellen Wechselwähler zu überzeugen. Die Entdeckung semantischer Strukturen als Wertstrukturen, anhand derer politische Identifikation und Bewertung erfolgte, gewann im Zusammenhang mit den Überzeugungsstrategien zur Wahlentscheidung über die übliche Feststellung der Griffbarkeit von Slogans oder der Verwendung zur Beschreibung von Partei und Programm hinaus an Bedeutung. Die sich ankündigende sprachgeschichtliche Zäsur ›1968‹ schärfte zudem die Sinne dafür, daß Sprache politisches Handeln nicht nur rhetorisch begleitete, sondern selbst Element der Politik war. Nach der ›Kommunikation‹ wurde nun ›Sprache‹ zu einer demoskopischen Kategorie, an der entlang sprachliches Handeln in der Politik neu vermessen und ausgerichtet wurde. Damit bezog sich die Dekorporierung des Body Politic auch darauf, herkömmliche Vorstellungen des Politischen und der Funktionsweise von Politik zu verschieben, indem über demoskopische Fragen die politische Relevanz der politischen Semantik hergestellt und im Einzelnen definiert wurde. Politik wurde zu einem großen Teil auf ein semantisches Spiel reduziert, dessen Faktoren auf einzelne Zielgruppen hin berechenbar waren. Die Berechnungen von Wähler-Verhaltenswahrscheinlichkeiten auf der Grundlage der vollständigen Information führten zu einer spieltheoretisch informierten Herangehensweise an die Gestaltung des politischen Prozesses: Die demoskopischen Institute waren bemüht, Modelle zur Berechnung zur Verfügung zu stellen, wie durch das antizipierend einsetzbare Wählerwanderungsmodell von Infas oder die verschiedenen Prognosemodelle anderer Institute.

Die demoskopisch postulierte Beweglichkeit der Wähler erlaubte es erst, auf kurzfristig beeinflussbare Aspekte des politischen Prozesses zu schauen, die wiederum den Blick auf die Repräsentation und damit auch die Parteien selber veränderten. Während die SPD lange die Vorstellung vertrat, sie werde über ihre Programmatik (und ihren Vorsitzenden) repräsentiert und stünde als Massenorganisation automatisch für die Vertretung ›des kleinen Mannes‹, individualisierte sich ihr Vorstellungshorizont dahin, daß sowohl ihre politischen Akteure wie auch das einzelne Mitglied die Partei repräsentieren könnten. Die CDU ging einen streckenweise umgekehrten Weg, der sie von der Personalisierung zu einer Mitgliederorientierung und wieder zu einer, wenn auch andersartigen, nach Fachwissen und Themen ausgerichteten personalisierten Repräsentation zurückführte. Diese Entwicklung war durch die Personalisierung der Beobachtung und Darstellung geprägt und wurde gleichzeitig durch die innerparteilichen Demokratisierungsbestrebungen gefördert, die Mitglieder zur demoskopischen Kategorie machten. Die Erkenntnis der Veränderbarkeit von Repräsentation wirkte sich auch auf die Vorstellung, welche Wäh-

lergruppe sich wie am besten repräsentiert fühlen könnte, aus. So wurde auch hier ›Repräsentation‹ kleingearbeitet und nach demoskopischen Kategorien neu zusammengesetzt.¹ Schließlich fanden sich alle Teile der Bevölkerung in einem Sample irgendwo wieder, so daß ein Angebot zur eigenständigen Identifikation bestand, bis hin zum einzelnen Abgeordneten.² Diese Auflösung der institutionell bezogenen Vorstellung von Repräsentation ging einher mit einer entsprechenden Verschiebung im Ideenhaushalt der Demokratie: weg von institutionellen Abläufen, hin zu Aspekten der Beteiligung. Das Sprachmuster der politischen Partizipation wurde im Begriff des Dialogs demoskopisch aufgefangen und als symbolische Partizipation sowie als demoskopisch unterfütterte Beteiligung von Mitgliedern als Repräsentanten einer Partei und Bürgern angeboten. Spätestens mit dieser Entwicklung wurde jedoch deutlich, daß die demoskopische Beschreibung der Wählerschaft auch die Parteien veränderte. Zugespitzt gesagt, wurden die Parteien während ihrer Jagd auf Zielgruppen mobil und mußten sich selber statt der Wähler für die verschiedenen Gruppen und deren Ansprache entscheiden.

Die Demoskopie monopolisierte die Informationsgewinnung, indem sie andere wissenschaftliche Aspekte des politischen Prozesses einzuspeisen begann. War die Psychologie bereits ein früher Faktor, der auf verschiedene Arten in demoskopische Überlegungen einfloß, so gewann mit der Zeit die Medienforschung immer stärker an Gewicht. Ebenfalls früh einsetzend wurde die dann aber auf niedrigem Niveau stagnierende demoskopische Medienbeobachtung beziehungsweise Einbeziehung der Medien in die Berechnung der Meinungsbildungsprozesse zu dem beherrschenden Beobachtungsgebiet in den siebziger Jahren. Die Ausdifferenzierung des Mediensystems, die Bedeutungszuwächse des TV und die zunehmende Berichterstattung über Politik und vor allem über Wahlkämpfe ließ Medien zu einem immer weniger berechenbaren oder ›unzuverlässigen Partner‹ in den Steuerungsüberlegungen werden, und zwar für beide Parteien. So ließen sich die Massenmedien gerade zur Zeit ihres Höhenfluges von steigenden Reichweiten und Auflagenstärken gezielt mit einer direkten Ansprache der Zielgruppen und Massenmobilisierungen durch Mitgliederaktivitäten umgehen. Daß dies nur eine zeitweilig funktionierende Ausblendung der Massenmedien war, mußten die Parteien, insbesondere die SPD, bald nach den größten Erfolgen einsehen und ihre Überlegungen zur Steuerung von Politik Ende der siebziger Jahre überdenken. Vor diesem Hintergrund machte das Verhältnis von Politik und Öffentlichkeit einen Wandel durch, der sich durch eine stärker werdende demoskopische Berichterstattung und eine sich verändernde Rolle der Demoskopie in der Öffentlichkeit auszeichnete. Die Ausweitung der medialen Darstellung demoskopischer Daten verschob das sorgsam demoskopisch berechnete und ausbalancierte Verhältnis durch die Veröffentlichung dieses Wissens. Diese Wissenspopularisierung brachte neue Fragen hervor nach demoskopischem Wissen

¹ Die Vorstellung der Repräsentation des Volkswillens verschob sich auch in der Sphäre der Medien; vgl. dazu das folgende Kapitel.

² Vgl. G. R. BOYNTON/G. LOEWENBERG, Bundestag in der Öffentlichkeit, 1973.

als Grundlage politischer Kommunikation und der Vorstellung davon, was Öffentlichkeit sei und welche Rolle sie spiele.

Die Berechnung von Verhaltenswahrscheinlichkeiten diente der Herstellung vollständiger Information, mit deren Hilfe eine Reduktion von Unsicherheit im politischen Prozeß erreicht werden sollte. In ihrem Einsatz wandelte sich die Demoskopie zu einem alles usurpierenden Mechanismus der Beobachtung. Für die Planung von Politik und Wahlkämpfen wurden die zukünftigen Meinungen der Bevölkerung mit allen verfügbaren weiteren Angaben und Daten kombiniert, ganz nach dem kybernetischen Motto, daß alles mit allem zusammenhinge. Damit wurden politische Vorgehensweisen abhängig von demoskopisch aufgezeigten Möglichkeiten und Handlungsspielräumen in einem Set skizzierter Konstellationen, und die Gestaltungsmöglichkeiten des Zukünftigen wurden auf das eingeschränkt, was die Demoskopie berechnen konnte – auch (notwendige) längerfristige Planungen (wie zum Beispiel die Finanzplanung, längerfristige Vorausberechnungen der Rentenversicherung) waren in ihren konkreten tagespolitischen Umsetzungen an die jeweiligen demoskopisch aufgezeigten Perspektiven gebunden oder zumindest mittelbar davon betroffen, wenn es darum ging, im öffentlichen Raum die Wählerschaft betreffende Entscheidungen zu fällen. Die Vorstellung, das Wollen der Bevölkerung in allen Facetten und in repräsentativen Teilmengen mit Hilfe einer Umfrage zu erkennen, bildete einen wichtigen Part in der Imagination einer vollständigen Information durch Meinungsforschung. Die Vorstellung, daß durch Demoskopie alle Bedürfnisse, aber auch alle möglichen Reaktionen auf bestimmte politische Handlungen antizipierend in Erfahrung gebracht werden könnten, schuf den Glauben, durch diese Information die Situation in ihrer zukünftigen Entwicklung beherrschen und lenken zu können und nach außen hin politische Führung zu zeigen. Vor allem in den siebziger Jahren erwuchs der Demoskopie zwar mit dem Ausbau nicht-demoskopischer Informationskapazitäten (Enqueten, Beiräte und Ähnliches) eine Konkurrenz, doch in der Regel gehörten demoskopische Informationen immer zum Informationsbestand dazu und waren oft das entscheidende Kriterium, anhand dessen in anderen Gremien über die Nutzung der erhaltenen Beratung entschieden wurde.³ Während beide Parteien durchgängig davon ausgingen, daß die demoskopische Information zwar einer besseren und erfolgreicheren Parteipolitik und deren Planung diene, gingen sie gleichzeitig davon aus, daß diese Informationen am besten zu nutzen seien, wenn sie geheim blieben oder nur einem kleinen Teil der parteipolitischen Elite zur Verfügung gestellt würden. So beruhte das gesamte Konzept der Steuerung aufgrund ausreichender oder besser vollständiger Information auf der Prämisse, daß das Wissen exklusiv und in der jeweiligen Partei monopolisiert sei – und ›Führung‹ konnte auch nur unter dieser Prämisse erfolgreich sein, wollte sie nicht durch Veröffentlichung von Zahlen schnell zur ›Gefolgschaft‹ mutieren.

³ Vgl. zur Entwicklung der Politikberatung im Regierungsapparat P. KREVERT, *Wissenschaftliche Politikberatung*, 1993; zum (Beratungs-)Verhältnis zwischen Politik und Wissenschaft P. WEINGART, *Stunde der Wahrheit?*, 2001.

Die Parteien lernten schnell, daß dazu nicht nur die Objekte ›Wähler‹, sondern auch die anderen ›Mitspieler‹, die anderen Parteien, in die Überlegungen zur Vorgehensweise einzubeziehen waren. Hatte die CDU dies in den fünfziger Jahren bereits durchgängig praktiziert, so hatte sich die SPD beziehungsweise die Meinungsforscher davon noch Ende dieser Dekade distanziert und es vielmehr als ungehörig zurückgewiesen.⁴ Allgemeine Annahmen zu Verhaltensweisen von Parteien waren bereits vor der demoskopischen Durchdringung Thema der Diskussion um politisches Verhalten gewesen. Jedoch hob die demoskopische Überformung der Gegnerbeobachtung diese wie auch die Vorstellungen von Steuerung und vollständiger Information qualitativ auf eine neue Stufe, indem die zu erwartenden Handlungen der Gegenseite demoskopisch kontrolliert und die Wahrscheinlichkeit der Reaktionen darauf geprüft wurden. Dies geschah, um gleichzeitig diese Informationen in die eigenen Überlegungen einfließen zu lassen und gegebenenfalls die Ergebnisse der demoskopischen Beobachtung für eigene Reaktions- oder Aktionsmechanismen zu nutzen.

Das Versprechen, Wahlentscheidungen sowie Wählerreaktionen allgemein mit Sicherheit im vorhinein wissen zu können und gesellschaftliche Probleme umfassend planen und steuern zu können, steigerte sich zu mächtigen Beobachtungsphantasien (wie in einigen Teilen beider hier untersuchter Parteien sichtbar wurde), die in ebensolche Steuerungsvorstellungen umschlugen. Die Beobachtungen wurden komplexer und damit auch die Situationen, in denen wiederum Entscheidungen gefällt wurden. Durch Sicherheitsstreben, demoskopische Beobachtung und Berechnung sowie dadurch immer neu entstehende Informationsbedarfe entwickelte sich eine Spirale. Dieser nicht endende Kreislauf zeigte an einigen Stellen die Grenzen auf, verfolgte Strategien des Machtgewinns oder -erhalts umzusetzen, wie beispielsweise die ins äußerste detailliert berechneten Zielgruppen und die Steuerungsbestrebungen der SPD im Bundestagswahlkampf 1976 zeigten. Zugleich zeigte sich damit aber auch, daß die Erkenntnis einer Grenze nicht das Ende der Spirale bedeutete.

Mit dem Scheitern der Vermittlung von Sicherheit durch umfassendes Wissen schrumpfte die ›Zukunft‹ auf das zusammen, was demoskopisch abzufragen war: Politische Vorstellungen und Planungen reichten zwar weit über eine Legislaturperiode hinaus, standen aber unter immer stärkerem, teilweise selbst auferlegtem »Leistungszwang« und einer kontrollierenden (Selbst-)Beobachtung, in der der Handlungsspielraum anscheinend immer stärker auf Zustimmung erzeugende Kommunikation reduziert wurde – statt das Gegenteil zu erzeugen und eigene Kontrolle und Steuerung herzustellen. So wurde auch die Zuschreibung des Begriffes ›Zukunft‹ zu einem Abfragepunkt unter vielen. Er wurde operationalisiert in den Fragen der Erwartungshaltung, die sich eng an die Kategorien von Leistung und Kompetenz/Steuerungsfähigkeit anlehnten: Beispielsweise stellte Infas in den Untersuchungen zu Landtagswahl in Bayern 1962 fest, daß die SPD zwar den Wert der sozialen Partei besetzte, aber daß ihr andere Wertzuschreibungen fehlten, z.B. die der Zukunftsgestaltung, die bei der CSU lägen. Dieser Feststellung versuchte die

⁴ Vgl. auch Infas, »Arbeitsplan« (1959), AdsD PV 2570; Kap. 3.2.b.

SPD daraufhin, mit einer »Reise in die deutsche Zukunft« zu begegnen, so daß Infas zwei Jahre später verkünden konnte, daß mit einem Kanzler Willy Brandt die »Zukunftssicherung des deutschen Volkes« verbunden werde.⁵ In den siebziger Jahren wurde zwar die Zuschreibung von Zukunft und ihrer Bedeutung vor dem Hintergrund der Grenzen des Wachstums, atomarer Bedrohung und Umweltverschmutzung als Wertzuschreibung neu ausgehandelt, sie behielt jedoch weiterhin ihre Eigenschaft als demoskopisch erfaßbare Kategorie. Doch mit der Erfahrung gescheiterter Umsetzung von Planungen vor dem Hintergrund, daß auch die Annahme einer vollständigen Informiertheit nicht ausreichte, um die Unsicherheitsfaktoren zu beseitigen, wurde »Zukunft« als Planungsfaktor minimalisiert oder, politikwissenschaftlich ausgedrückt, der politische Ansatz pragmatisiert. Der Zeithorizont der politischen Planung mochte zwar mehrere Legislaturperioden umfassen, aber die Grundlagen beruhten auf gerade zurückliegenden Momentaufnahmen, denen die Institute explizit jedwede zukunftsweisende Aussage absprachen. Die Überprüfung der politischen Situation, der Bedingungen für Steuerung, fand in den regelmäßigen Abständen der Trendumfragen statt, deren Zeitabstände, anfangs zu Drei-Monatsdurchschnitten zusammengefaßt, immer kürzer wurden, bis sie zu Beginn der achtziger Jahre eine wöchentliche Berichtszeit umfaßten. Die Haltbarkeitsdaten der Ergebnisse wurden damit immer kürzer und neue Justierungen in der politischen Kommunikation erforderlich, die sich auf diese verkürzten Zeitabstände einstellen und mit ihnen »rechnen« mußte.⁶ Die knapperen Zeitabstände suggerierten eine kürzere Haltbarkeit der Daten und damit eine reduzierte Planungssicherheit. Dies bedeutete schrittweise eine Rückkehr zur reaktiven Orientierung, die Idee der Steuerbarkeit wurde dennoch nicht aufgegeben.

Auf diese Weise wurde die politische Kommunikation insgesamt neuen Temporalstrukturen unterworfen. Es wurde versucht, mit Umfragen zukünftige Meinungsentwicklungen abzuschätzen, um politische Kommunikation darauf abzustimmen, dabei zugleich aber betont, nur Momentaufnahmen zu zeigen und daher keine Zukunftsaussagen treffen zu können. Die Demoskopie wählte immer kürzere Zeitabstände, die den Eindruck einer zunehmenden Volatilität von Meinungen, allein durch den Beobachtungsvorgang, unterstützten. Die verknappten Beobachtungsabstände verkürzten auch die Fristen für Entscheidungen, das heißt, der Handlungsdruck wurde zeitlich erhöht. Die Problematik um das Wissen, keine »vollständige Information« im Sinne einer klaren Handlungsoption für eine Entscheidung je erhalten zu können, führte zu einer Verzögerung von Entscheidungen. Dieses Verhal-

⁵ Garbe, Bericht »Wahlkampf in Bayern«, an die Vorsitzenden der SPD am 2.2.1962, AdsD 2/ PVAH000041.

⁶ Politikwissenschaftliche Forschungen behaupten immer wieder, die politische Kommunikation der Parteien hätte sich erst im Laufe der achtziger Jahre professionalisiert – was sie darunter verstehen, läßt sich häufig nicht nachvollziehen, geht aber eindeutig auf ein anderes als vorliegendes Öffentlichkeits- und Medienverständnis zurück, das in den Arbeiten jedoch kaum reflektiert wird: Vgl. dafür u.a. J. TENSCHER, Politikvermittlungsexperten, 2000; U. v. ALEMANN, Parteien und Gesellschaft in der BRD, 1992.

ten war an die Hoffnung gebunden, doch noch ausreichend Informationen als Handlungsorientierung zu gewinnen. Entscheidungen hingegen wurden unter Abwägung von Faktoren mit der Perspektive getroffen, die gefällte Entscheidung aufgrund möglicher Folgen wieder revidieren zu können (oder zu müssen). In diesem Sinne wurden verschiedene Handlungsoptionen zur Diskussion gestellt und abgewartet, welche Alternative sich demoskopisch herauskristallisierte. Vorgegebene Strukturen parlamentarischer Abläufe boten dabei nur einen vordergründigen Schutz gegen diese grundsätzliche Problematik, nicht mehr entscheiden zu können.⁷

⁷ Untersuchungen zum Verhältnis von Entscheidungs- und Zeitstrukturen in der Politik gibt es bislang kaum. Eine Ausnahme in der Politikwissenschaft bildet E. EBNER, Politisches Entscheiden, 2000.

Fünftes Kapitel

Der Kampf um die ›öffentliche Meinung‹: Meinungsforschung in den Medien

Seit einigen Jahren konzentriert sich der traditionsreiche Vorwurf einer ›Amerikanisierung‹ der bundesdeutschen Politik auf das Verhältnis von Politik und Medien. Der Politik wird unterstellt, sie ordne sich den Medien unter und betreibe keine ›echte‹ Politik, das heißt, sie treffe keine eigenständigen Entscheidungen mehr. Dieser Vorwurf der Medialisierung fußt auf der Prämisse, daß Politik ausschließlich institutionelles und eigentlich im Geheimen stattfindendes Entscheiden ausmache. Diese Anschauungen über Politik werden jedoch inzwischen sowohl von Seiten der neueren Politikgeschichte, als auch von einer auf soziokulturelle Bedingungen und Folgen medialer Entwicklungen zielenden Mediengeschichte zurückgewiesen.¹ Die Anregungen einer auf das Ensemble der Medien achtenden und Politik als Kommunikationsaufgabe verstehenden Geschichtsschreibung aufnehmend, soll anhand der konkreten Verarbeitung der Umfragen in den Medien den Veränderungen des Verhältnisses von Politik und Medien nachgegangen werden.² Einen zweiten Aspekt bildet die dezidierte Thematisierung der Meinungsforschung, der reflektierende Umgang mit der Demoskopie auf einer Meta-Ebene. Beide Perspektiven zielen auf die Frage nach der Konstituierung von Öffentlichkeit und der Verortung von Meinungsforschung und Politik in ihr.

Um die Entwicklungen und Verschiebungen des demoskopischen Diskurses in den Medien und des Verhältnisses zur Politik zu verfolgen, wird analytisch auf drei Ebenen operiert. Die erste Ebene beschäftigt sich mit der konkreten Verarbeitung und Präsentation von demoskopischen Ergebnissen im Zeitverlauf, die zweite beobachtet die Debatte über Meinungsforschung in den Tageszeitungen, Magazinen und teilweise in Fachpublikationen und korrespondiert damit zur Frage der Verarbeitung. Auf einer dritten Ebene wird das Verhältnis von Politik und Öffentlichkeit, hier immer in Form der Massenmedien, thematisiert. Die Fragen lauten also: Was wurde wie von wem berichtet? Wie wurde dabei über Meinungsforschung gedacht/ wie positionierten die Medien die Meinungsforschung in der politischen Sphäre?

¹ Vgl. B. WEISBROD, Medien als symbolische Form der Massengesellschaft, 2001; K. C. FÜHRER/K. HICKETHIER/A. SCHILDT, Öffentlichkeit – Medien – Geschichte, 2001; A. SCHILDT, Jahrhundert der Massenmedien, 2001.

² Bislang gibt es kaum Untersuchungen über Meinungsforschung in den Medien. Eine leider quantitative und aktuell ausgerichtet Ausnahme bildet F. BRETTSCHEIDER, Demoskopie im Wahlkampf, 2000; ähnlich F. BRETTSCHEIDER, Wahlumfragen und Medien, 1996; ebenso, auf die neunziger Jahre bezogen, der Aufsatz von W. GELLNER, Demoskopie, Politik, Medien, 1996; vgl. im Gegensatz mit aktuellem kommunikationstheoretischen Ansatz J. RAUPP, Information, Instrumentalisierung, Reflexion, 2003.

Wie veränderten sich damit die Sprechorte der Meinungsforschung? Welche Auswirkungen hatte die Entwicklung auf das Verhältnis zwischen Meinungsforschung, Medien und Politik? Und wie läßt sich schließlich das Verhältnis zwischen Medien und Politik kennzeichnen? Die Untersuchung der medialen Operationalisierung von Meinungsforschung erlaubt dabei den Blick auf die spezifische Positionierung der Medien als Öffentlichkeit gegenüber der Politik und läßt auch Schlüsse auf eine spezifische mediale Wissensgenese und -verarbeitung der Demoskopie zu. Als Grundlage der Analyse der medialen Verarbeitung von Umfragen dienen die verschiedenen Zeitungsausschnittsammlungen in den Parteiarchiven von SPD und CDU sowie die Pressedokumentation des Bundestagsarchivs.³

1. Anfangskonstellationen medialer Präsenz der Demoskopie 1949–1956

Bereits im Gründungsjahr der Bundesrepublik war die Meinungsforschung nichts Neues mehr für den westdeutschen Zeitungsleser. Aufgrund der regelmäßig veröffentlichten Befunde der Meinungsforschung der Besatzungsmächte und einer Wiedergabe dieser Berichte bedurfte es kaum einer Erläuterung, was Meinungsforschung war. Wie sie funktionierte, hatte die deutsche Bevölkerung spätestens durch den Entnazifizierungsfragebogen gelernt. Auf die Zuschreibung als ›amerikanische Wissenschaft‹ verweist auch die synonyme Verwendung von (George) »Gallup« mit Umfragen in der Presse, der erst 1955 auf dem deutschen Markt der Markt- und Meinungsforschung Fuß fassen konnte, als Emnid offizieller Vertreter von Gallup in Deutschland wurde, d. h. Emnid sich an einem internationalen Verbund von Gallup-Instituten beteiligte.¹ Ob es jedoch an seiner Fehlprognose 1948 lag, daß die Branche trotz medialer Präsenz keinen sofortigen Aufstieg Ende der vierziger Jahre erlebte, muß angesichts des tiefen wirtschaftlichen Einschnitts durch die Währungs-

³ Für den ersten Teil wurde vor allem die Zeitungsausschnittsammlung (ZASS) der SPD herangezogen. Die ZASS besitzt ab 1947 eine umfangreiche Sammlung an Artikeln, die zunächst auch Leserumfragen und Artikel über Plebiszite umfassen, das Stichwort »Meinungsforschung« also eher wörtlich denn als Forschungsmethode nehmen. Die Sammlung wird insofern als verlässliche Quelle betrachtet, als sie ein recht breites Spektrum der Presse abdeckt und zumindest als stichprobenartige Auswahl ausreicht. Für die Zeit ab 1959 wird auch die Pressedokumentation der CDU herangezogen. Die CDU begann erst ab 1950 (ihrer Gründung auf Bundesebene und einer Geschäftsstelle), eine Dokumentation dieser Art anzulegen. Eine ähnliche Dokumentation der vorherigen Geschäftsstelle der CDU in Frankfurt ist nicht bekannt. Außerdem wurde das Magazin *Der Spiegel* für den gesamten Untersuchungszeitraum ebenfalls stichprobenartig, aber für die fünfziger und sechziger Jahre komplett durchgesehen; das Archiv des *Stern* stellte eine Übersicht über seine Umfragen zur Verfügung. Daneben wurde die Pressedokumentation des Pressedienstes des Deutschen Bundestages herangezogen, die außerdem auch andere Medien als die Presse dokumentiert, vgl. dazu S. 483, Fn. 31.

¹ Vgl. zu dieser Aussage »Mr. Gallup ist uns böse«, *Telegraf* vom 31. 10. 1948. So beinhaltet auch der Titel »Hier irrte Gallup« (*Die Welt* vom 21. 10. 1948) auch nicht die Fehlprognose zu den Präsidentschaftswahlen in den USA 1948, sondern eine Prognose von Emnid zu den Kommunalwahlen in NRW 1948; »Gleichberechtigt«, *Die Welt* vom 14. 9. 1955.

reform bezweifelt werden.² Erklärungen zur Methode waren selten und wenn es sie gab, waren diese eher kurz und indirekt. Die allermeisten Berichte beschränkten sich auf die Wiedergabe der Umfrageergebnisse, wobei die Urheber der Berichte in der Regel genannt wurden. Ein oft benutzter Topos zur Darstellung der Befragungsmethode war der des »Hausbesuchs«, der in den siebziger Jahren allmählich von der Telefonumfrage abgelöst wurde – nur das IfD bildet hier eine Ausnahme, da diese Form der Befragung zur Marke »Allensbach« dazugehört.³ Selten wurde ihr in den Berichten eine demokratische Funktion, den Volkswillen auszudrücken und ihn so den Regierenden zugänglich zu machen, zugewiesen.⁴ Daß die Meinungsforschung aber von einem wie auch immer gearteten »öffentlichen Interesse« war, zeigte sich daran, daß über Gründungen von Instituten berichtet wurde.

Die Umfragen, über die vor 1949 berichtet wurde, besaßen eine weite Spannbreite. Sie reichten von Schülerumfragen zur demokratischen Haltung der Jugend über in den meisten Fällen lokale, bei Meinungsforschungsinstituten von Zeitungen selber in Auftrag gegebene Umfragen mit wenigen Fragen bis hin zu umfangreichen Leserumfragen, die sich mit politischen Fragestellungen, insbesondere grundsätzlichen Fragen der Ausgestaltung von Demokratie und der Meinung der Bevölkerung dazu, auseinandersetzten.⁵ Enger im Rahmen professioneller Meinungsforschung definiert, dominierten die Umfragen der britischen und amerikanischen Besatzungsmächte, die in bestimmten Zeitabständen Auszüge daraus veröffentlichten und über die Nachrichtenagenturen zu streuen vermochten. Damit etablierte sich ein Vertriebssystem der alliierten Umfrageergebnisse über die jeweiligen zonalen Agenturen. Es sorgte dafür, daß innerhalb weniger Tage verschiedene Zeitungen dieselben Daten von Umfragen, und dies im gleichen Wortlaut mit denselben Schwerpunkten, verbreiteten.

² Dies meinte zumindest René König in der Einleitung zu seinem Handbuch: R. KÖNIG/W. BREPOHL u. a. (Hrsg.), *Praktische Sozialforschung*, 1952, S. 20.

³ Vgl. als Beispiel für den Topos des Hausbesuchs »Gallup triumphiert auch in Deutschland«, *Allgemeine Zeitung* vom 29. 5. 1948.

⁴ Die Ausnahme bildet hier: »Die Deutschen und der Krieg«, *Sozialdemokrat* vom 26. 6. 1948. Darin wird eine Umfrage des Instituts »ilad«, über das keine Informationen in Erfahrung zu bringen waren, ausgebreitet. Ansonsten wurde die Beantwortung der Fragen an der Haustür als Pflichterfüllung markiert: »Auf Gallups Spuren«, *Hannoversche Neueste Nachrichten* vom 11. 6. 1949 (OMGUS-Umfrage).

⁵ Vgl. ausschnittsweise: »Münchener Studenten – meist unpolitisch«, *Freie Presse* vom 16. 1. 1948 (erste Umfrage von Infratest bzw. seinem studentischen Vorläufer); »Die öffentliche Meinung in Deutschland«, *Volkswacht* vom 7. 1. 1948 (von Düsseldorfer Schülern durchgeführte Umfrage im Ruhrgebiet); »Wo drückt den Hamburgern der Schuh?«, *Hamburger Echo* vom 23. 11. 1948 und »So denkt die Hamburger Bevölkerung über die deutsch-französische Annäherung«, *Hamburger Echo* vom 22. 5. 1949 (beide Umfragen von DISMA i. A. der Zeitung durchgeführt); »Umfrage über »Westdeutschen Staat«, *Neue Zeitung* vom 29. 2. 1948 (über Umfrage des in Stuttgart ansässigen »Büros zur Erforschung der öffentlichen Meinung«, von der *Stuttgarter Zeitung* beauftragt); »Deutschland, was willst Du?«, *Wort-Echo* vom 8. 6. 1949 (breite Leserumfrage ohne Angaben, ob eigenständig durchgeführt oder an ein Institut vergeben); »Das Ergebnis unserer Leserumfrage«, *Münchener Allgemeine* vom 1. 5. 1949.

1949 zeichnete sich eine leichte strukturelle Verschiebung in der Berichterstattung ab. Vor dem Hintergrund der Einstellung der britischen Meinungsforschung Ende 1948 wurde nun auch in Erwartung der baldigen Beendigung der Besatzungsherrschaft das Ende der amerikanischen Umfrageforschung angekündigt.⁶ Währenddessen begannen die Institute Emnid, das IfD und die Forschungsstelle für Volkspsychologie ihre Umfrageberichte an regionale wie überregionale Zeitungen zu streuen, jedoch nicht über die Agenturen, sondern direkt. Sie bauten sich ein eigenes Verbreitungssystem durch ihre monatlichen Pressedienste aus, so daß sie erst allmählich Eingang in einen Vertrieb durch Nachrichtenagenturen fanden.⁷ Durch die eigene Verteilung der Umfragen löste sich der durch die Presseagenturen ermöglichte enge Zeitkorridor des Abdrucks der Ergebnisse auf. Es konnte daher lange dauern, bis eine andere Zeitung die Umfrage aufgriff. Für die problemlose Übernahme und Verbreitung der Daten in der Presse bildeten die zonal getrennten Pressesysteme, die bis 1949 auch die Agenturen umfaßten, einen wichtigen Hinderungsgrund.⁸ Die mediale Präsenz der kommerziellen Institute verstärkte sich in den folgenden Jahren, zumal sich die Demoskopien in das Nachrichtensystem der Agenturen einfügten. Demgegenüber ging die Präsenz der von den Amerikanern verbreiteten Daten ab 1951 zurück, wenn sie auch schlaglichtartig mit spektakulären Berichten wie 1953 kurz aufleuchteten.⁹

Das Vordringen kommerzieller Institute brachte neben der strukturellen Verschiebung eine inhaltliche Erweiterung mit sich. Hatten die Besatzungsmächte aus dem Interesse heraus, die Demokratisierung der deutschen Bevölkerung und die grundlegenden Versorgungsbedürfnisse sowie politischen Grundeinstellungen zu kontrollieren, die deutsche Bevölkerung beobachtet, so wurde nun die Wählerschaft in der Anwendung der Demokratie in Augenschein genommen. Dennoch gehörten auch

⁶ In der Erwartung eines baldigen Rückzugs der Alliierten aus der Meinungsforschung wurden deren Ergebnisse als Bilanzierung der Demokratisierungsbestrebungen dargestellt. Dabei handelte es sich wohl eher um den Wunsch nach einer Einstellung, denn es ging nur um den Wechsel von OMGUS zu HICOG. Vgl. für bilanzierende Artikel zu der amerikanischen Forschung u. a. »Öffentliche Meinung in der US-Zone«, Schwäbische Landeszeitung vom 10. 6. 1949; »Bilanz der öffentlichen Meinung in der US-Zone«, FR vom 10. 6. 1949. Hintergrund dieser »Abschiedsberichte« dürfte auch die Gründung des westdeutschen Staates und damit eine neu gewonnene Eigenständigkeit gewesen sein.

⁷ Emnid gab seinen Pressedienst seit 1948 heraus; nachgewiesen ist er in den Unterlagen der SPD ab 1949. Während er zunächst im Monatsrhythmus erschien, verkürzte sich der Abstand bald, so daß Emnid seinen Dienst 1955 wöchentlich herausgab. Dies bedeutete nicht, daß in jeder Ausgabe das gleiche Spektrum abgedeckt wurde, so daß die Dienste häufig auch komplett mit Markt- und Konsumforschungsdaten gefüllt waren. Das IfD gab ab 1949 zunächst sporadisch Pressemitteilungen heraus und stellte seinen Pressedienst zwischen 1954 und 1957 aus ungeklärten Gründen vollständig ein. Die Forschungsstelle streute seine Berichte über die von ihm herausgegebene Korrespondenz *Unsere Meinung* und über spezielle Pressemitteilungen.

⁸ Vgl. für einen Überblick über Presseentwicklung N. FREI, *Die Presse*, 1989, S. 374–385; K. KOSZYK, *Pressepolitik*, 1986; J. WILKE (Hrsg.), *Mediengeschichte*, 1999; vgl. auch H. HURWITZ, *Die Stunde Null*, 1972, S. 196–201; auch J. SCHMITZ, *Nachrichtenagentur*, 1988.

⁹ Vgl. für den Vorfall, bei dem in der HICOG-Umfrage ansteigende nationalsozialistische Tendenzen gerade im Vorfeld des ersten Besuchs Adenauers in den USA Anfang 1953 ausgemacht und vor allem publiziert worden waren, Kap. 2.1.b, S. 73f. und weiter unten, S. 446f.

generelle Einstellungsabfragen der Meinungen zu Demokratie, Parlamentarismus, dem Wahlsystem etc. dazu. Das hieß jedoch nicht, daß sich die Besatzungsmächte nicht für parteipolitische Fragen interessiert hätten; diese standen jedoch nicht im Vordergrund und wurden in keinem Fall an die Presse weitergegeben – auch die zu Forschungszwecken anfragenden Sozialwissenschaftler erhielten diese Daten nicht.¹⁰ Über die amerikanische Meinungsforschung, die sich fortgesetzt auf Fragen der demokratischen Einstellung der Bevölkerung konzentrierte, wurde auch weiterhin sporadisch berichtet. Diese Umfragen standen mit ihrem Schwerpunkt auf der Berichterstattung der negativen Ergebnisse auch in den folgenden Jahren als Mahnung zur weiteren Demokratisierung im Raum. Gegenüber den konkreteren Fragen zur politischen Meinung und Wahlabsicht verloren diese Fragen jedoch an Bedeutung. Die parallelen Interessen von Instituten und Presse, zum einen durch die Darstellung der neuen Methode zur Messung der öffentlichen Meinung Aufmerksamkeit zu erregen und zum anderen die Institute bekannter zu machen, führten vor der Wahl zu einer Verstärkung der politischen Umfragen der Institute. In einem gewissen Sinne verlieh die Presse ihnen damit Legitimation. Die (erst später sogenannten) Trendfragen kristallisierten sich zwar noch nicht sofort heraus, waren aber bereits mit den Fragen vor der Bundestagswahl angelegt: Wahlbeteiligung, Wahlabsicht, Personen als Führungspersönlichkeiten, Parteipräferenzen, dringliche Aufgaben. Hier zeigte sich auch bereits die Tendenz, einfache hierarchiebildende Umfragewerte für die Berichterstattung wie die Popularitätswerte herauszugreifen. Die hohe Aufmerksamkeit für Umfragen vor der Bundestagswahl bedeutete nicht, daß bestimmte Fragen bereits regelmäßig abgefragt und damit eine Entwicklung erkenn- und kontrollierbar wurde. So wurden die »dringendsten Aufgaben der Bundesregierung« im Rahmen der verschiedenen Formulierungen der Erwartungen an die erste Bundesregierung erst nach der Wahl von Emnid gemessen.¹¹

Mit Blick auf den anstehenden Wahlkampf traten deutsche Meinungsforschungsinstitute mit Umfragen in der Presse hervor. Emnid, das IfD und die Forschungsstelle für Volkspsychologie erschienen ungefähr zeitgleich im Frühsommer 1949 auf dem medialen Markt, um ihre unterschiedlichen Umfragen zu präsentieren. Die Forschungsstelle legte nur eine einzige Umfrage mit der Sonntagsfrage vor und war dementsprechend gering medial präsent. In dem Wettstreit um die größte mediale Aufmerksamkeit blieben daher nur Emnid und das IfD übrig, deren spezifische Konkurrenz um die öffentliche Deutungshoheit der demoskopischen öffentlichen Meinung sich aus dieser Konstellation heraus begründete. Die Rivalität schlug sich nur wenig später auch im Kampf um Aufträge von der Bundesregierung nieder. Emnid ermittelte in Bezug auf regelmäßige Fragen die Wahlbeteiligung und wertete

¹⁰ Vgl. S. MÜNKE/R. L. A. GURLAND, Wahlkampf und Machtverschiebung, 1952, S. 205.

¹¹ Vgl. »Die dringendsten Aufgaben der Bundesregierung«, FR vom 10. 9. 1949. Außerdem hatte das Institut nach der Erwartungshaltung gegenüber der neuen Regierung gefragt. Diese Frage war in der FR wenige Tage zuvor (»Erwartungen an die Bundesregierung«, 7. 9. 1949) berichtet worden, so daß sie die eine Umfrage für mehrere Berichte auswerten konnte. Vgl. auch »Neue Regierung wird gut bewertet«, Ruhrnachrichten vom 5. 9. 1949.

diese nach parteiisch entschiedenen und unentschiedenen Wählern wiederum sozialstatistisch aus.¹² Außerdem stellte das Institut eine ganze Fragebatterie zu dem Themenfeld ›Demokratie‹ vor, in der nach aktuellen wie generellen Orientierungen gefragt wurde. So wurde nach der besten Staatsform, dem Wissen zum Wahlsystem und danach, wer in die Bundesregierung solle, gefragt; auch wurde eine Auswertung der Frage nach der politischen Persönlichkeit (geeignet für die Bundesregierung) vorgenommen. Diese enthielt bereits die später zum Kern ihrer Monatsumfrage werdende Auswertung der Parteipräferenzen als »Aufteilung der Anhängerschaft nach sozialen Gruppen«, bezog sich hier aber ausdrücklich auf die Personen.¹³ Aus diesem einen Bericht entwickelte *Die Welt*, die noch bis zu ihrem Verkauf an Springer 1953 als »Besatzungsblatt« galt, unter Hinzuziehung einzelner anderer Umfragen eine ganze Artikelserie, die sie zur umfassendsten demoskopischen Berichtserstatterin in Westdeutschland machte.¹⁴

Das Interesse der Zeitungen an den Umfragen war allerdings nicht abhängig von der Aktualität einer Umfrage. Solange diese die Zeilen füllte und von generellem Wissensinteresse war, wurde sie abgedruckt, meistens unter Verzicht auf nähere Angaben, vor allem zum Erhebungszeitraum.¹⁵ Die Exklusivumfrage des IfD für das *Echo der Woche* fand sich beispielsweise erst drei Monate nach ihrer Erstveröffentlichung in einer anderen Zeitung.¹⁶ Eine an Aussagen zu dem Wissen und dem Zustand der deutschen Bevölkerung interessierte Presse fragte nicht danach, ob diese Umfragen so etwas wie ›die öffentliche Meinung‹ in einer Momentaufnahme abbildeten. In der gesamten Berichterstattung zeigte sich kein Zweifel an der Richtigkeit und dem demokratischen Wert von Umfragen. Lediglich allgemeine Hinweise auf eine noch nicht erreichte Ausgereiftheit der Methode fanden sich hin und wieder. In dem medieneigenen Interesse, neue und damit aufmerksamkeitserweckende Nachrichten zu präsentieren, waren die Fragen nach der Konstitution der öffentlichen Meinung unerheblich, weil die Unterscheidung für die Frage, ob etwas abgedruckt wurde oder nicht, in diesem Bereich von der ›Codierung‹ als Information und Nichtinformation, definiert nach dem Neuigkeitswert, abhing.¹⁷

¹² Vgl. »Das Interesse für die Bundestagswahl«, SZ vom 30.7.1949; »Werden Sie zur Wahl gehen?«, WAZ vom 2. 8. 1949 (mit eigenem Schaubild); »Bei den Jungen die meisten Nichtwähler«, Ruhrnachrichten vom 10. 8. 1949 (zur dritten Befragung).

¹³ Vgl. den gesamten Bericht von Emnid vom 13. 3. 1949; »Sind wir Demokraten?«, ZASS 1, 1. Ordner 1947–1951; Artikel dazu: »Prüfungsbogen für gute Demokraten«, SZ vom 30.7.1949.

¹⁴ Vgl. sechsteilige Serie von Curt Bley: »Wo steht das deutsche Volk?«, *Die Welt*, 16.–25.7.1949.

¹⁵ So wurde die Umfrage der Forschungsstelle für Volkspsychologie am 25.5.1949 in der NRZ (»44,9 Prozent wollen SPD wählen«) abgedruckt, am 25. 6. 1949 wieder in der Beilage zum Hamburger Echo (»Welche Taktik hat die besten Chancen?«) und am 29. 6. 1949 in den Nürnberger Nachrichten (»Die deutschen Parteien im Spiegel der öffentlichen Meinung«).

¹⁶ Vgl. »Das Volk denkt ganz anders!«, *Echo der Woche* vom 15. 4. 1949; »Um den Präsidentenposten«, Ruhr-Nachrichten vom 18. 6. 1949; »Norddeutsche zu 51% für Bundesstaat«, NZ vom 18.7.1949.

¹⁷ Vgl. N. LUHMANN, *Realität der Massenmedien*, 1996, S. 36 f. und 41 f.

Daß sich im Abdruck dieser Umfrageergebnisse und auch in anderen Berichten Bezeichnungen wie »Prüfungsbogen für gute Demokraten« und »auf Herz und Nieren geprüft« fanden, bezieht sich auf eine spezifische Rezeption, die Umfragen als kontrollierendes Element der Bevölkerung betrachtete, indem dort Abfragen des Wissensstandes auf die politische Bildung der Bevölkerung bezogen wurden. In diesem Sinne wurden die Umfrageergebnisse zu Fakten.¹⁸ An diese Auffassung von Umfragen anschließend, veranstalteten Zeitungen Leserumfragen, die tatsächlich den Wissensstand abfragten und eine eigene politische Bildung im Vorfeld der Bundestagswahl verfolgten, damit aber gleichzeitig die Rezeption als Kontrolle festigten.¹⁹ Diese Absichten, zu kontrollieren oder zu bilden, standen bei den Umfragen jedoch nicht im Vordergrund. Vielmehr bezog sich die Interpretation von Ergebnissen oft auf den Aspekt der »politischen Reife« des deutschen Volkes. Hier wurden dessen Bereitschaft und Fähigkeit zur demokratischen Praxis gemessen und bewertet. So avancierte die Demoskopie durch diese mediale Aufarbeitung auch zu einem Mittel der Volkspädagogik, ganz so wie es sich Lenz und Neumann Anfang der fünfziger Jahre vorstellten.

Das IfD operierte von Anfang an in der programmatischen Absicht der Messung »politischer Reife«. Die Neumanns hatten bereits zuvor ihr journalistisches Kontaktnetz ehemaliger Kollegen aktiviert, um Artikel in Kulturzeitschriften wie *Der Monat* oder der *Gegenwart* plazieren zu können und in der *Welt* zu publizieren.²⁰ Nun legte das IfD zeitgleich zu dem großen Bericht von Emnid Mitte Juli 1949 eine sogenannte »Wahlanalyse« vor, die eine Auswertung der Umfragen zur Wahlabsicht nach sozialstatistischen Merkmalen vornahm und eine erste »Strukturanalyse der Wählerschaft« versprach. Es handelte sich jedoch um eine Analyse, die sich auf die negativ ausfallende Bewertung der Länderparlamente bezog und in einer Übertragung auf Bundesebene ein ebenso negatives Ergebnis nahe legte, ohne es demoskopisch zu belegen. Mit keinem Wort wurde erwähnt, daß es sich hier um eine Voraussage zur Wahl handelte, vielmehr wurde die Interviewten zu tatsächlichen Wählern gemacht. In den einleitenden Sätzen wurden die Ergebnisse der Landtagswahlen erwähnt, die zu der Annahme verleiten konnten, sie seien mit der später genannten Grundlage, der akkumulierten Auswertung der Umfragen zur Wahlabsicht, vermischt worden. Dies führte tatsächlich zu fehlgehenden Darstellungen in der Presse.²¹ Dabei gaben die Befragten den Besitzern zwar nur einen Teil der Schuld an der »Sinnlosigkeit« der Parlamente, jedoch wurde dieser Teil der Antworten in den Ergebnissen hervor-

¹⁸ Vgl. »Prüfungsbogen für gute Demokraten«, SZ vom 30.7.1949; »Die Wähler auf Herz und Nieren geprüft«, Freie Neue Presse vom 21.7.1949; für letzteres vgl. auch weiter unten.

¹⁹ »Was wissen Sie von der Wahl?«, Nordsee-Zeitung vom 16.7.1949 (Fragebogen) und 30.7.1949 (Auswertung); auch in dieser Richtung zielte »Deutschland, was willst Du?«, Wort-Echo vom 8.6.1949.

²⁰ Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, »Gallup – jetzt auch in Deutschland«, Die Welt vom 11.9.1948; dies., »Wie die öffentliche Meinung erforscht wird«, Wirtschaftszeitung, Heft 67/1949, S. 5; dies., Perspektiven der Nüchternheit, 1948.

²¹ Vgl. u. a. »Die Wähler auf Herz und Nieren geprüft«, Freie Neue Presse vom 21.7.1949; für falsche Darstellung vgl. »Die Parteien im Querschnitt«, Main-Post vom 26.7.1949.

gehoben.²² Neben dieser per Pressedienst angebotenen Umfrage führte das IfD für das *Echo der Woche* jedoch die einzige Auftragsarbeit im Rahmen der Bundestagswahl durch.²³

Anfänglich schien Emnid die Konkurrenz um die mediale Präsenz zu gewinnen. Mit der Umfrage zu dringlichen Aufgaben der neu gewählten Regierung und einer weiteren politischen Umfrage bis zum Ende des Jahres war Emnid das einzige kommerzielle Institut, das sich relativ regelmäßig politischen Fragen zuwandte.²⁴ Ab 1950 brachte sich auch das IfD wieder mit politischer Umfrageforschung in mediale Erinnerung. Von da an verfestigte sich die Umfrageforschung in der Berichterstattung. In dem Jahr veröffentlichte Emnid seine Ergebnisse von drei Befragungswellen vor der Landtagswahl in NRW – später geschah dies nicht mehr, da die Umfragen an die CDU verkauft werden konnten.²⁵ Die Zahl der Berichte über Ergebnisse der Meinungsforschung nahm auf der Grundlage von Emnid- oder IfD-Umfragen ebenso zu wie die Zahl abgefragter Themen. Es kamen außerdem im Rahmen der Veränderung der westdeutschen Presselandschaft nach dem Ende der Lizenzpresse neue Zeitungen hinzu, die Umfragen brachten. Fast jede Zeitung lieferte nun zwischen durch einen Bericht zu einer Umfrage, jedoch blieb das Verbreitungsniveau aufgrund der gestiegenen Anzahl an Zeitungen und der erhöhten Ausgabenanzahl nach dem Ende des Papiermangels relativ niedrig. Es kristallisierten sich die bundesweiten Zeitungen *Frankfurter Rundschau (FR)*, *Die Welt* und die neue *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)* als eifrigste Nutzer der Berichte heraus. Daneben profilierten sich in geringerem Ausmaß der *Münchener Merkur*, die *Westfälische Rundschau* und die *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)* als Aufbereiter demoskopischer Informationen, wobei die *WAZ* sich frühzeitig (März 1952) darauf konzentrierte, monatlich einen kleinen Bericht aufzunehmen, der abwechselnd Daten von Emnid und dem IfD enthielt und diese Informationen in kleinen Schaubildern visualisierte. *Der Spiegel* übernahm dieses Prinzip der Visualisierung 1953 für seine eigene demoskopische Berichterstattung. Er brachte Daten von Emnid und Allensbach seit Ende 1952 in fast regelmäßigem Wechsel; 1956 kam Intermarket hinzu, bevor diese Darstellungen ab 1957 wieder zurückgingen. Daneben fanden sich in dem Magazin ebenso wenig demoskopische Berichte wie in der Tagespresse. Andere Magazine oder Wochenzei-

²² Vgl. »Was halten Sie vom Parlament?«, Mannheimer Morgen vom 18. 6. 1949. Es war in den ersten Jahren der Umfrageforschung üblich, Zitate zum Beleg der Ansichten anzugeben, da viele Fragen nach den Gründen der Wahlentscheidung o.ä. offen gestaltet waren. Insbesondere bei den aus der französischen Zone stammenden Instituten ist dies zu beobachten. Diese Gewohnheit verlor sich jedoch nach wenigen Jahren.

²³ Die Umfrage in allen drei Zonen war als quasi-plebiszitärer Zwischenruf zu den Planungen für die Wahl 1949 gedacht mit der Absicht, der Meinung der Bevölkerung bezüglich des politischen Systems Gehör zu verschaffen. Dabei erklärte die Zeitung mit einem Atemzug das Grundgesetz als »revisionsbedürftig«: »Das Volk denkt ganz anders!«, *Echo der Woche* vom 15. 4. 1949.

²⁴ Vgl. »Deutsche – politisch ohne Interesse«, *Nürnberger Nachrichten* vom 28. 12. 1949.

²⁵ Vgl. »Die Parteien und ihre Anhänger«, *Westfälische Rundschau* vom 1. 7. 1950 (Ergebnis aller drei Befragungswellen von Emnid).

tungen wie *Die Zeit* oder *Illustrierte* thematisierten die Umfrageforschung überhaupt nicht.

Die gestiegene mediale Verbreitung beruhte zum einen auf den Bemühungen der Institute selber. Emnid traf 1950 eine Vereinbarung mit der in der amerikanischen Zone ansässigen Nachrichtenagentur Associated Press, die dem Institut eine regelmäßige Abnahme garantieren und so in die süddeutsche Presse ausbreiten helfen sollte; ebenso wurde eine Vereinbarung mit der *SZ* getroffen.²⁶ Darüber hinaus konnte Emnid sich auch im Radio über die Dienstleistung seiner Hörerforschung hinaus etablieren, indem es eine einstündige Sendung im Nachtprogramm des NWDR abwechselnd und gemeinsam mit dem IfD (mit)gestaltete. Darin wurden Ergebnisse der Forschung berichtet und auch darüber diskutiert.²⁷ Zum anderen sorgte die weitgehende Monopolisierung der politischen Meinungsforschung durch das Bundespresseamt für eine gezielte Streuung der Ergebnisse. Diese erfolgte über die Pressedienste der Institute, wobei die Daten nach der Maßgabe ausgewählt waren, ob sie ein positives und damit dem Ansehen weiter förderliches Ergebnis vorzuweisen hatten. So erschienen in dem vorgeblich vertraulichen Pressedienst von Emnid auch die politischen Fragen. Adenauers Popularität wurde beispielsweise seit 1950 abgefragt, aber die Daten wurden erstmals 1952, als positive Ergebnisse zu verzeichnen waren, an die Presse gegeben.²⁸ Die allermeisten Zeitungen griffen entsprechend des mittelbar über die Erlaubnis des Bundespresseamtes erfolgten Angebots der Institute auf das zurück, was es gab. Feste Allianzen zwischen Presse und Instituten ergaben sich darüber nicht. Lediglich eine gewisse Häufung der Emnid-Berichte ab 1951/52 in der *FR*, der *SZ* und der *Westfälischen Rundschau* läßt auf direkte Verbindungen schließen, während das IfD im *Mannheimer Morgen* und in der *FAZ* stark vertreten war, dort aber auch viele Emnid-Berichte zu finden waren und sich die Berichterstattung in der *Welt* die Waage hielt. Die Berichte selber waren davon gekennzeichnet, daß sie die Zahlen wiedergaben, diese aber weder eigenständig kommentierten noch die Umstände oder das Zustandekommen der Zahlen in irgendeiner Form reflektierten.

²⁶ Diese Gespräche und Vereinbarungen gehen aus den Reisenotizen Karl-Georg von Stackelbergs hervor, der jedoch nicht festhielt, in welcher Form die Absprachen getroffen wurden. Vgl. Notiz über Gespräch mit Jan Rosenberg von der United Press am 17.3.1950 in Frankfurt, bei dem nur eine Probezeit für die Lieferung von Umfragen vereinbart wurde, und das Gespräch bei der *SZ* am 20.3.1950 mit der Vereinbarung, demnächst mehr Umfragen von Emnid zu bringen, NL Stackelberg, Zu 5–41.

²⁷ Vgl. Gespräch Stackelberg am 19.4.1950 mit dem Programmdirektor des Nachtprogramms, Jürgen Schüddekopf, über die Gestaltung der Sendung im Mai und der Nachfolgesendung (geplant: Diskussion mit Friedrich Lenz, Gustav Schenk und einem »noch zu bestimmenden Psychologen«), Gespräch über Nachfolgesendungen mit einer Redakteurin am 4.7.1950, NL Stackelberg, Zu 5–41. Vgl. für die Programmgeschichte und insbesondere das Nachtprogramm des NWDR mit den Sendungen zur Meinungsforschung A. SCHILDT, Zwischen Abendland und Amerika, 1999, S. 83–110, insbes. S. 104.

²⁸ Den Auftakt machte der Pressedienst von Emnid vom Mai 1952, der sich im politischen Fragenteil der Popularität Adenauers widmete und, soweit in der ZASS erhalten, mindestens in der *FAZ* und dem Rheinischen Merkur am selben Tag erschien (Mai 1952).

Durch die sich schnell entwickelnde thematische Vielfaltigkeit und das Aufgreifen der angebotenen Berichte in einer von der einzelnen Zeitung abhängigen Berichtserstattung entstand der Fragenkanon. Aus den Berichten ging dabei hervor, daß die Fragen zwar monatlich gestellt wurden, aber nicht jeden Monat über die einzelnen Fragen im jeweiligen Pressedienst berichtet wurde. Deutlich wurde dies an Berichten mit Zeitreihenanalysen, die von den Instituten weitergegeben wurden, um die Steigerung der Zufriedenheit mit der Bundesregierung nachzuweisen. Oft waren Formulierungen wie »Die letzten Untersuchungen der Volksmeinung, wie die Bundesregierung sie laufend anstellen läßt, ergaben, daß [...]« der Hinweis darauf, daß zum einen die Angaben aus dem Bundespresseamt stammten, zum anderen die regelmäßige Abfrage an sich zwar bekannt, aber die Fragen und Daten unbekannt waren und blieben.²⁹ Mit tatsächlich in der Presse monatlich verfolgbareren Daten war bis Mitte der fünfziger Jahre lediglich der »Verbraucher-Stimmungs-Test« von Emnid in der *Frankfurter Rundschau* vorhanden.³⁰ Daten zur politischen Situation, so zur Popularität einzelner Politiker (Adenauer), zur Bewertung der Bundesregierung sowie der Frage nach dringendsten Themen fanden sich bis dahin immer unregelmäßig in den verschiedenen Zeitungen wieder. Für die Berichte in der Presse waren entweder besondere Ergebnisse oder die Brisanz der Themen entscheidend. Die Frage nach der sympathischsten Partei bei Emnid wurde erstmals im September 1952 in der *Welt* explizit als aktuelle Sonntagsfrage aufgegriffen.³¹

Gegenüber den bereits zu Beginn der fünfziger Jahre etablierten Pressediensten von Emnid und dem IfD konnten sich andere Institute, die sich ebenfalls in der Umfrageforschung auf politischem Gebiet versuchten, nicht durchsetzen und nur in Einzelfällen erfolgreich ihre Berichte in der Presse plazieren. So erging es auch der Forschungsstelle für Psychologie, die keine regelmäßige Verbreitung ihrer Erkenntnisse in der Presse erzielen konnte und 1956 ihre politische Umfragetätigkeit einstellte. Wahrscheinlich ist, daß sie die Publikationspolitik nicht derart beherrlich wie die anderen zwei Institute betrieb und sich ohnehin auftragsgemäß auf die wissenschaftliche Seite konzentrierte.³² Das 1951 gegründete DIVO unternahm politi-

²⁹ Vgl. als Beispiel »52 Prozent für Wehrbeitrag«, Essener Tageblatt vom 7. 3. 1952. In einer Zeitreihenanalyse des IfD wurde jedoch z. B. auf die »Selbständige Meinungsbildung« der Deutschen verwiesen, da über den gemessenen Zeitraum die Unentschiedenen abgenommen und sich für die CDU entschieden hatten. Vgl. »Selbständige Meinungsbildung«, Die Welt vom 5. 4. 1952. Ähnliche Berichte zur beständig wachsenden Zustimmung zur Arbeit der Bundesregierung finden sich ab Februar 1952 im Emnid-Pressedienst, waren also vom Bundespresseamt anscheinend freigegeben worden.

³⁰ Dieser Test bezog sich auf die Frage, was die Befragten tun würden, wenn sie ein Monatsgehalt mehr zur Verfügung hätten; hinzu kamen monatlich wechselnde Fragen, die auch in den Presseberichten aufgegriffen wurden. Vgl. ab Anfang 1952 (zwischen dem 7. und 10. jeden Monats) in der *FR*.

³¹ Vgl. »Eins zu eins für CDU und SPD«, Die Welt vom 29. 9. 1952 – darin wird auf die Sonntagsfrage rekurriert.

³² Vgl. als Ausnahme »Die CDU in der Volksmeinung«, Rheinischer Merkur vom 23. 1. 1951. Die Forschungsstelle bot ihre auf generelle Einstellungen fokussierenden Umfragen für 150 DM pro Abdruck an; sowohl Emnid als auch das IfD nahmen weniger, zwischen circa 30 und 100 DM. Diese Angaben finden sich z. T. auf den Pressediensten und Berichten. Auf den Presseberichten des IfD ist lediglich vermerkt, daß das »übliche Abdruck- und Informationshonorar« zu entrichten sei.

sche Meinungsforschung für die Hohe Kommission, blieb allerdings als nur ausführendes Institut im Feld im Hintergrund. Erst der ›Skandal‹ 1953 machte das Institut bekannt, was ihm jedoch nicht sonderlich gelegen kam, da es sich für die Tätigkeit für die HICOG rechtfertigen und von der Umfrage, in der auf einen wachsenden Antisemitismus in der Bundesrepublik verwiesen wurde, distanzieren mußte.³³ Der Umstand, daß es »eine amerikanische Umfrage« war (so der gleichlautende Titel in *FAZ* und *Die Welt*), reichte jedoch aus, um sie in den Augen der Presse als unglaubwürdige Umfrage dastehen zu lassen. Daher betraf diese Angelegenheit nicht die Glaubwürdigkeit der von deutschen Instituten stammenden Umfrageberichte, die für den Wahlkampf 1953 zwar die Bundesregierung mit Umfragen ausgestattet hatten, aber kaum Ergebnisse der Umfragen an die Presse gaben. Auf diese Weise entstand 1953 ein Wahlkampf, über den zwar in den Medien stärker berichtet wurde als über den ersten Bundestagswahlkampf, der jedoch demoskopisch gesehen im Vergleich zu 1949 kaum existent war. Es fanden sich vor dem Wahltag keine Popularitätswerte oder Prognosen in den Medien.³⁴

Mit einer Titelgeschichte lenkte *Der Spiegel* erst nach der Wahl 1953 die Aufmerksamkeit auf das IfD und die Meinungsforschung als Herrschaftsinstrument.³⁵ Der Artikel zeugte von dem Erstaunen über die Möglichkeiten der Steuerung öffentlicher Meinung mit Hilfe der Meinungsforschung. Hier fanden sich die Topoi aller späteren Berichterstattungen über die Methode der Meinungsforschung in Deutschland: der amerikanische Gründungsmythos von Gallup mitsamt seiner Fehlprognose, die daran anschließende Erläuterung der Methode und das Institut aus Allensbach als legitime Vertreterin der amerikanischen Meinungsforschung aufgrund der amerikanischen Erfahrung seiner Leiterin (gemeint war ihr Studienaufenthalt in den USA). Als weiteres Merkmal wurden die Erzählung des Instituts von seinen Anfängen bis zu den damaligen Aufträgen und seine Unternehmensüberzeugung, der Demokratie zu dienen, hinzugefügt. Methode und demokratisches Potential der Meinungsforschung wurden nach Vorgaben des Instituts mit Bildern erzählt: Die Repräsentativität wurde mit einer Analogie zur Auswahl von tauben Nüssen aus einem Sack erklärt und der demokratische Impetus mit der kontrafaktischen Frage an die Geschichte, wie Heinrich Brüning gehandelt hätte, wenn er 1930 vor der Reichstagswahl die Information über den steigenden Anteil der NSDAP erhalten hätte. Während Erstere einer Darstellungsbroschüre des Instituts entnommen war, gehörte das zweite zum Standardrepertoire Erich Peter Neumanns in Vorträgen zur

³³ Vgl. »Die Umfrage stammte von DIVO«, Darmstädter Echo vom 22. 1. 1953. In den folgenden Jahren stieg dennoch der Anteil von DIVO-basierten Umfrageberichten in der Presse. Zu der Umfrage vgl. auch Kap. 2.1.b, S. 73 und weiter oben, S. 447.

³⁴ Im *Spiegel* waren einzelne Fragen, z. B. nach der Bewertung des Bundestags oder danach, ob der im Januar 1953 noch von den Briten verhaftete ehemalige FDP-Politiker Werner Naumann wieder in die Politik zurückkehren sollte, die Themen, die der politischen Meinungsforschung am nächsten kamen. Vgl. »Sollte Naumann wieder?«, *Der Spiegel* Nr. 35 vom 26. 8. 1953; »Abgangszugnis für den Bundestag«, *Der Spiegel* Nr. 28 vom 8. 7. 1953.

³⁵ Vgl. hier und im folgenden »Glauben Sie an Gott?«, *Der Spiegel* Nr. 44 vom 28. 10. 1953.

Meinungsforschung. Seit 1953 stand damit diese Erzählung zu Geschichte, Umständen und Deutungsrahmen der Meinungsforschung fest, die in verschiedenen Presseorganen in den folgenden Jahren vervielfältigt wurde.³⁶

Auf diese Weise konnte das IfD mit deutscher Meinungsforschung nahezu synonym werden, zumal Emnid sich publizistisch ausschließlich auf die Verbreitung von Daten konzentrierte. Damit manifestierte sich zugleich die unterschiedliche Wahrnehmung der Institute. Das IfD konnte den Eindruck mit der Organisation eines internationalen Kongresses weiter untermauern und mit seinem Anliegen verbinden, stärker als wissenschaftliches Institut akzeptiert zu werden. Die Tagung bot tatsächlich Anlaß für allgemeine Betrachtungen der Meinungsforschung, da dort den Journalisten eine neue, wissenschaftliche Welt der Meinungsforschung eröffnet wurde. Während *Der Spiegel* die Meinungsforschung 1953 noch als »perfektionierten Journalismus« betrachtet hatte, bei dem die »Röntgenaufnahme« die Zeitung ersetzen könnte, wurde nun in der Presse die im Rahmen des Kongresses vorgenommene Deutung und Bewertung der Meinungsforschung als Wissenschaft übernommen.³⁷ Entsprechend wurden eine Beschränkung der Meinungsforschung auf den praktischen Bereich und ihre mangelnde Anerkennung in der Wissenschaft kritisiert.

Zur selben Zeit stieg auch das Verbreitungsniveau der politischen Umfragen an, wobei sich weiterhin Emnid und das IfD die Ausweitung des politischen Sektors in der Berichterstattung über Umfragen teilten. Dabei wurden Trendumfragen geläufiger. Die Gewöhnung daran forcierte einen Zwang zur seriellen Berichterstattung. In der Folge waren auch negative Bewertungen der Regierung nachzulesen.³⁸ Da schließlich die Medien und auch der parteipolitische Gegner wußten, daß und was regelmäßig abgefragt wurde, wurde entsprechend diese (beabsichtigte) Geheimhal-

³⁶ Im folgenden Jahr wurde eine ähnliche Beschreibung, jedoch stärker auf die Methode konzentriert, in dem Bericht »Die Kunst, Leute auszufragen« von Irmgard Kühn in den Stuttgarter Nachrichten vom 12. 3. 1954 publiziert.

³⁷ Das IfD organisierte mit Unterstützung der Bundesregierung den Weltkongress der Meinungsforschung, zu dem auch George Gallup nach Deutschland kam, so daß die Zeitungen entweder über Gallup oder den Eröffnungsredner, Vizekanzler Blücher, berichten konnten und dies auch mehrfach taten. Der Kongress zog auch allgemeine Artikel zur Meinungsforschung nach sich. Vgl. »Ein Konzil der Meinungsforschung«, FAZ vom 6. 9. 1955; »Wie entsteht die Volksmeinung?«, Die Welt vom 6. 9. 1955; »Meinungen können sich ändern«, Mannheimer Morgen vom 7. 9. 1955; »Die Propheten mit dem Rechenschieber«, Münchner Merkur vom 7. 9. 1955; »Läßt sich heute berechnen, wie wir morgen denken?«, Die Welt vom 9. 9. 1955 (Christian Wolff); »Mr. Gallup sprach mit seinen Jüngern«, FR vom 10. 9. 1955. Der Kongress löste bei der FAZ ein längeres Nachdenken über Meinungsforschung aus, da in der darauf folgenden Woche gleich drei Artikel bzw. Kommentare zu dem Kongress bzw. zur Meinungsforschung als Wissenschaft erschienen: »Wie denken Sie über ...« (13. 9.), »Offene und weniger offene Geheimnisse« (14. 9.), »Marktforschung mit neuen Mitteln« (19. 9.).

³⁸ Dies lag auch an der fortgesetzten »vertraulichen« Mitteilung der Ergebnisse durch den Emnid-Pressedienst. Vgl. »Popularitätskurve der SPD im Ansteigen«, Lübecker Freie Presse vom 22. 12. 1954; »Wuermeling uninteressant«, NRZ und Westfälische Rundschau vom 10. 8. 1954.

tung insbesondere in der SPD-nahen Presse thematisiert.³⁹ Die Zunahme an Umfragen betraf auch eine Erweiterung des Fragenspektrums, das nun von der Bewertung des Bundespräsidenten bis zur Frage der »wichtigsten Ereignisse« des Jahres reichte.⁴⁰ Jedoch fiel dieser Anstieg gegenüber der Berichterstattung zur nicht-politischen Meinungsforschung gering aus. Bereits seit 1952 waren die unpolitischen Umfragen fast explosionsartig gewachsen. Jeder Bereich des Lebensalltags wurde vermessen und Wissensexperimente in allen möglichen Perspektiven durchgeführt.⁴¹ So war es nicht weiter erstaunlich, daß 1956 das erste Buch erschien, in dem die westdeutsche Bevölkerung nach demoskopischen Maßstäben vorgestellt wurde.⁴² Das IfD begann bereits 1955, seine Umfrageergebnisse in Buchform zu veröffentlichen. Das erste »Jahrbuch der Demoskopie« wurde in der Presse nahezu als Nachschlagewerk zur Beschreibung der deutschen Gesellschaft anempfohlen.⁴³ Die Rezensionen zeigten aber insgesamt, daß die demoskopischen Bemühungen in der Presse weiterhin nur als eine statische Wissensabfrage betrachtet wurden.⁴⁴

Trotz feststellbarer Popularisierung der Meinungsforschung blieb der quantitative Zuwachs an politischen Umfragen eher gering, nachdem zunächst eine starke Verbreitung in der Nachkriegszeit Ende der vierziger Jahre einen Entwicklungsknick in der medialen Präsenz erlebt hatte. Die politischen wie die nicht-politischen Umfragen wurden nicht als dynamische Beschreibung der jungen bundesrepublikanischen Gesellschaft betrachtet. Außerdem galten die Umfragedaten in den Medien noch nicht als gültige alltägliche Beschreibung der Politik. Vielmehr wurden sie als verlässliche und methodisch unhinterfragte Darstellung von Wissensbeständen der Bevölkerung wahrgenommen. So kann diese erste Phase der medialen Verwendung eher als eine Testphase gelten, in der eine allgemeinen Ausweitung dieser Umfragetechnik unter den Vorzeichen der Unterhaltung stattfand. Sie half, die Nachkriegsgesellschaft neu zu definieren und kennenzulernen, machte dabei aber einen eher spielerischen, nebensächlichen Eindruck.

³⁹ Vgl. zur Auswahl der Artikel, die die fehlende Berichterstattung und die schlechten Zahlen kommentieren: Arno Scholz, »Nicht mehr erwünscht«, *Telegraf* vom 23. 9. 1956; »CDU über Meinungsumfragen besorgt«, *WAZ* vom 26. 9. 1956 (Hintergrund: Klausurtagung der CDU-Bundestagsfraktion, auf der Otto Lenz die Daten präsentierte).

⁴⁰ Vgl. Berichte über IfD-Umfrage zum Bundespräsidenten in verschiedenen Tageszeitungen (»Heuss soll bleiben« u. ä., in *FAZ Welt*, *FR*, *Freie Presse* etc.) im Februar 1954; »Was halten Sie für das wichtigste?«, *Der Spiegel* Nr. 3 vom 13. 1. 1954 (Emnid).

⁴¹ Auch dies spiegelt sich in der ZASS wider, wo sogar die Umfragen zur Horoskop-Gläubigkeit der Deutschen gesammelt wurden. Vgl. z. B. über ein »literarisches Examen« von DIVO: »Thomas Mann schrieb nicht den ›Dritten Mann‹«, *NRZ* vom 7. 12. 1955.

⁴² Vgl. H. SATTER, *Deutschland ohne Feigenblatt*, 1956.

⁴³ Vgl. E. P. NEUMANN/E. NOELLE-NEUMANN, *Antworten*, 1955; »Im Spiegel der Prozente«, *FAZ* vom 15. 5. 1956, »Lebensgewohnheiten ohne Schleier«, *Hannoversche Presse* vom 23. 5. 1956.

⁴⁴ Vgl. Heinz H. Köster, »Herr Meier weiß von nichts ...«, *Hamburger Echo* vom 24. 5. 1955.

2. Popularisierung wider Willen: Die Kritik an der Meinungsforschung 1956–1966

Während die Expansion der Demoskopie in den Medien das Wissen der Bevölkerung über die deutsche Gesellschaft erweiterte, gewöhnte sie bis zur Mitte der fünfziger Jahre das Publikum an diese Art der Darstellung durch ihre redundante Vorgehensweise. Nach dem Erstaunen über den großen Wissensfundus und einer gewissen Etablierung der Abfragemuster verschob sich die Perspektive in der Berichterstattung, als die Abweichung den eher statischen Wissensfundus aufbrach. Grund dafür waren voneinander abweichende Ergebnisse zu gleichen Thematiken, so daß die Umfragen selber zu einem Politikum avancierten und sich eine ‚Opposition‘ gegen Meinungsforschung in einer Phalanx aus Journalisten und Wissenschaftlern bildete.

a) Die erste Welle der Kritik 1956–1961

Die Meinungsforschung geriet in ein Zwielicht. Sie verwirrte durch uneinheitliche Ergebnisse ihr Publikum. Eine solche problematische Situation bahnte sich erstmals 1955 an, als Abgeordnete ihre jeweiligen Ansichten zu den Pariser Verträgen im Bundestag mit Hilfe von Umfrageergebnissen zu rechtfertigen suchten.¹ Dies blieb zunächst in der Berichterstattung folgenlos. Im folgenden Jahr entwickelte sich dann die Wehrpflicht zum ersten Thema, das demoskopisch in der Presse öffentlich umkämpft wurde. Widersprüchliche Umfragen des IfD und Emnid wurden von den Parteien zur Auseinandersetzung genutzt.² Darin übernahm das IfD auch eine Umfrage für den *Spiegel*. Eine solche Auftragsnahme war aufgrund der Themenüberschneidung laut Vertrag mit dem Bundespresseamt nicht möglich, wurde aber akzeptiert, um durch den publizistischen Einsatz des IfD den Einfluß auf die Umfrage und seine Interpretation im *Spiegel* zu erhalten.³ Dies war der erste Fall einer später üblichen Praxis, ein Institut für die mediale Aufarbeitung einzuspannen, ohne daß die betroffenen Medien davon etwas wissen mußten.

Die Nachfrage nach demoskopischem Material wuchs mit den negativen Ergebnissen für die CDU 1956, so daß die SPD ihrerseits nun umso mehr Umfrageberichte lieferte, um die schlechte Lage der CDU zu dokumentieren.⁴ Durch das verstärkte

¹ Es handelte sich um die Redner Gerhard Schröder (CDU, Bundesinnenminister) und Erich Ollenhauer (SPD). Vgl. H. GRESMANN, *Meinungsforschung und Demokratie*, 1961, S. 23.

² Vgl. »Kleinkrieg der Meinungsforscher«, *Die Welt* vom 9.7.1956; »Meinungsforscher wissen nicht: Wer will zum Kommiss?«, *NRZ* vom 16.8.1956.

³ Vgl. Notiz Glaesser am 23.3.1956, BA B 145/1567; »Wozu dient eine Bundeswehr?«, *Der Spiegel* Nr. 29 vom 18.7.1956.

⁴ Vgl. zum Auftakt »Torschlußpanik oder Wählerfang«, SPD-Pressedienst P/X/234, 10.10.1956. Der Pressedienst der SPD veröffentlichte in den folgenden Monaten mehr Presseerklärungen zu Umfragen als in der gesamten Zeit zuvor. Dies ist anhand des inzwischen komplett elektronisch erfassten Politisch-Parlamentarischen Pressedienstes (PPP) der SPD online recherchierbar, URL: (<http://library.fes.de/cgi-bin/populo/spdpl>) [13.8.2003].

mediale Interesse brach im Vorfeld des Wahlkampfes 1957 die bis dahin rein von Emnid und dem IfD dominierte Berichterstattung der Presse auf. Die Situation verhalf dem 1955 in Düsseldorf gegründeten Institut Intermarket zum Einstieg in die öffentliche politische Umfrageforschung, während DIVO auch dank der Aufträge durch die SPD ins Geschäft einstieg.⁵ An der Frage der Rentenpolitik wurde das bis dahin weitgehend funktionierende Zusammenspiel von positiver Berichterstattung mittels entsprechender Umfragen gestört, indem dieses Zusammenwirken als gelenkte Öffentlichkeitsarbeit öffentlich gebrandmarkt wurde.⁶ Zudem wurde eine weitere, nicht im Umkreis der Bundesregierung entstandene Umfrage in einer gegengutachterlichen Funktion publizistisch eingesetzt.⁷ In diesem Zusammenhang und aufgrund der vorangegangenen Beobachtung der parteipolitischen Auseinandersetzung mit Hilfe von Umfragezahlen wandelte sich das Bild von der Demoskopie von einer Technik der Wissensabfrage zum dynamisch einsetzbaren Instrument. Es wurde erstmals konkret als Wahlkampfinstrument identifiziert. Zu der Auseinandersetzung gehörte auch, eine Unterlassung der Argumentation mit Umfragen einzufordern. Dies brandmarkte der Regierungssprecher 1957 als »schlechten Stil«.⁸ So gestand die Presse der Meinungsforschung dabei zwar die Aufgabe zu, durch ihre Information »Wirtschaftsführer und Politiker« zu unterrichten und ihnen zu einer guten »Führung« zu verhelfen, um »drohende Katastrophen zu verhindern«, doch eigentlich schienen solche politischen Katastrophen nicht (mehr) in Sicht zu sein. Nach ein paar Jahren Erprobungszeit der westdeutschen Demokratie existierten grundlegende Bedenken anderer Art als die einer unwissend entscheidenden Wählermasse, auch wenn die schlechte politische Bildung der Westdeutschen ein immer wiederkehrendes Thema war.⁹ Vielmehr kam nun die Frage nach einer demokratisch funktionierenden Bearbeitung dieser Wählermassen auf. So wurden auch Fragestellungen und die Aussagekraft ihrer Antworten, die zuvor stets nur Gegenstand allgemeiner Aussagen über die methodischen Bedingungen der Meinungsforschung gewesen waren, reflektiert. Die Fragen wurden zu einem außer-

⁵ Vgl. zur Umfrage von Intermarket »Man flüstert hier und dort«, *Telegraf* vom 30.8.1956 und »SPD knapp vor der CDU«, *Die Welt* am 6. 9.1956. DIVO überließ damit der SPD seine Umfragen nicht exklusiv, doch ob diese Zusammenarbeit mit eigenen Veröffentlichungen DIVOs bereits aus der Absicht heraus geschah, ein politisch neutrales Institut zur Pressearbeit zu nutzen oder ob die Vorgehensweise aus den allgemeinen Geschäftsüberlegungen des Instituts entstand, bleibt unklar.

⁶ Vgl. »Lieschen Müller regiert«, *Die Welt* vom 17. 11. 1956. In dem Artikel wurde die Demoskopie jedoch als durch die Hintertür eingeführtes Volksbegehren gegenüber Abgeordneten, die in ihrer Entscheidung für überfordert gehalten wurden, imaginiert.

⁷ Vgl. »Über die Todsünde der Meinungsforschung«, *Lübecker Freie Presse* (am Wochenende) vom 17. 11. 1956.

⁸ »Schlechter Stil«, *NRZ* vom 2. 4. 1957. Zu Umfragen als Wahlkampfinstrument vgl. »Meinungsforscher loten die Volksseele aus«, *Hannoversche Allgemeine Zeitung* vom 9. 3. 1957; »Demoskopisches«, *Ruhrnachrichten* vom 2. 4. 1957.

⁹ Kurt Lothar Tank, »Wie ist das mit den Tests?«, *Die Welt* vom 9. 6. 1956.

ordentlich beachteten Gegenstand der Umfrageberichterstattung. Dagegen versuchte sich das IfD mit Erklärungen öffentlich zur Wehr zu setzen.¹⁰

Binnen weniger Monate schlug damit die Berichterstattung von 1956 bis zum Frühjahr 1957 in einen kommentierenden Ton um, der die Umfragen in keinem guten Licht erscheinen ließ. Insbesondere an der Tageszeitung *Die Welt* war diese Entwicklung zu beobachten. In ihr erschien am 19. Januar 1957 auch der Artikel, der die sich bis dahin anbahnende Diskussion verschärfte und damit die Frage der methodischen Sauberkeit der Meinungsforschung in eine explizite Debatte über Meinungsforschung als Instrument der Politik überführte. Paul Sethes »Die Herrschaft der Zweitausend« spitzte die verschiedenen Deutungen der Meinungsforschung als Instrument der Zustimmungserzeugung und der Wahlkampfauseinandersetzung zu, indem er der Politik vorwarf, sich der an den Meinungen der 2000 Personen gemessenen öffentlichen Meinung unterzuordnen.¹¹ Dabei werde die eigentliche Funktion der Entscheidung und der dadurch ausgeübten Führung vernachlässigt, wodurch so die repräsentative Demokratie, in der die Wahl entscheide und nicht das Pseudo-Plebizit der Umfrage, untergraben würden. Damit waren die zentralen Thesen der Debatte abgesteckt.

In dem folgenden Jahr ergoß sich während des sich anbahnenden Wahlkampfes im Feuilleton der Tageszeitungen und Magazine eine sich an Sethes Vorgabe orientierende, heftige und anhaltende Kritik an der Meinungsforschung und der Politik. Zugleich erreichte die mediale Präsenz der demoskopisch geführten parteipolitischen Auseinandersetzung ihren Höhepunkt, als sich die Zahlen permanent widersprachen und der jeweils eigenen Partei die Führung in der Gunst der Wähler anzeigten.¹² Die stark normativ geprägten und aus der klassischen Demokratietheorie herrührenden Einwände fanden sich in den Tages- und Wochenzeitungen in heruntergebrochener und auf praktische Elemente bezogener Form wieder. Dabei bestand der harmloseste Vorwurf in der methodischen Mangelhaftigkeit, der durch die Fehlprognose und durch eine aktualisierte Erfahrung bei den kanadischen Wahlen nachgewiesen wurde.¹³ In Abstufungen wurde der Meinungsforschung bestätigt, nur eine weitere Variation des Versuchs darzustellen, in die Zukunft der Menschheit, in ihr »Schicksal« zu blicken. Sie wurde dabei in eine Reihe mit den Auguren, Astrologen und Orakeln gestellt. Letztere Bezeichnung war zwar bereits zuvor benutzt worden, erfuhr nun aber eine Hochkonjunktur. So wurde auf die drohende Macht der Meinungsforscher durch ihre Zugänge zum geheimen Entscheidungszykel der politischen Macht verwiesen. Dieser insbesondere von der sozialdemokra-

¹⁰ Vgl. »Angst«, FR vom 26. 11. 1956; für das IfD vgl. »Meinungsforscher wehren sich«, FAZ vom 18. 12. 1956.

¹¹ Vgl. Paul Sethe, »Die Herrschaft der Zweitausend«, *Die Welt* vom 19. 1. 1957.

¹² Vgl. dafür auch die Darstellung und Zusammenstellung der Beispiele bei G. SCHMIDTCHEN, *Die befragte Nation*, 1965, S. 94 f., 364 f., Fn. 48, 49. So stellt es auch Baumert in seinen Ausführungen zum Stand der Meinungsforschung bzw. Stand der Diskussion 1958 dar: G. BAUMERT, *Stellung der Meinungsforschung*, 1958, hier S. 387.

¹³ Vgl. z. B. »Gallupierende Schwindsucht«, *Stuttgarter Zeitung* vom 24. 7. 1957.

tisch orientierten Presse kommende Vorwurf des ungerechtfertigten Zugangs zur Macht und der dortigen Manipulation wurde mit Elisabeth Noelle-Neumann identifiziert. Durch eine Verbindung von wissenschaftlicher und politischer Sozialisation wurde mit Hilfe von Zitaten aus ihrer Dissertation begründet, warum Meinungsforschung in der Verbindung von Beobachtung und Lenkung gefährlich sein könne.¹⁴ Dabei wurde mißachtet, daß eigentlich ihr Ehemann Erich Peter Neumann die gesamte Beratungsarbeit übernommen hatte – Elisabeth Noelle-Neumann war aber diejenige, die sich stärker in die massenmediale Diskussion einmischte und z. B. auf *Spiegel*-Titelblättern vor den Wahlen 1953 und 1957 porträtiert war. In der konservativen Presse wurde die Kritik anders akzentuiert. Die Verurteilungen reichten nur soweit, wie die politische Polemik es zuließ. Wurde die Demoskopie als Wissenschaft betrachtet, erfuhr sie eine Exkulpation, indem Politiker als verantwortlich erklärt wurden: »In der Hand des Politikers und des Publizisten kann es [das demoskopische Material, A. K.] zur Erkenntnisgrundlage für schöpferisches Handeln werden.«¹⁵ In der Betrachtung der Demoskopie in ihrem Verhältnis zur Politik wurde also im Zweifelsfall letzterer die Schuld an der konstatierten Misere gegeben.¹⁶ Auf diese Weise kamen die Auftraggeber in den Blick.

Gerade unter dem Eindruck, daß die Daten der Sonntagsfrage als Wahlkampfinstrument eingesetzt und Monat für Monat auch noch mit Spannung in den Medien verfolgt wurden, befürchteten Journalisten eine »gallupierende Schwindsucht« und einen »Krebsschaden der Demokratie« durch die demoskopische »Hörigkeit« der Politiker.¹⁷ Diese Befürchtungen zu den Folgen der Nutzung ließ sie eine repräsentative Demokratie befürworten, in der das Volk durch die Wahl beteiligt werde, sich darüber hinaus – als Lehre aus der Weimarer Republik – zu enthalten habe. Die Texte verließen sich auf eine anscheinend konsensuale Vorstellung von dem, was unter Politik in einer Demokratie zu verstehen war, nämlich Führung und Entscheidung einer kleinen gewählten Gruppe zugunsten des Gemeinwohls. Die normativ begründende Argumentation sah auch eine mögliche und sogar notwendige Mißachtung der massenhaft erhobenen Meinung oder der Volksmeinung vor, die schließlich nicht weiter blicken könne, als es der beschränkten Masse möglich sei.¹⁸ Es herrschte durchgängig eine Vorstellung der leichten Beeinflussbarkeit der Masse

¹⁴ Vgl. für diese Darstellungen »Interviewer unter uns!«, Die Europäische Zeitung Nr. 4 vom 18. 4. 1957; »Die Meinungsforschung Lügen straft«, Volkswacht vom 23. 8. 1957; diese Vorwürfe halten sich bis heute: Vgl. Kap. 1.2, S. 45, Fn. 14.

¹⁵ R. FRÖHNER, Problematik der Meinungsforschung, 1957, hier S. 411.

¹⁶ Vgl. »Gallupierende Schwindsucht«, Stuttgarter Zeitung vom 24. 7. 1957.

¹⁷ Vgl. für die Darstellung monatlicher Zahlen »Knapp vor der CDU«, Die Welt vom 4. 2. 1957; »CDU wieder vor SPD«, Die Welt vom 23. 2. 1957; »Wahlumfragen«, Die Welt vom 27. 7. 1957; »Wahlergebnisse der Meinungsforscher«, Hannoversche Allgemeine vom 30. 7. 1957. Zitate 1 und 2 aus: »Gallupierende Schwindsucht«, Stuttgarter Zeitung vom 24. 7. 1957; Zitat 3 (»Hörigkeit«) aus: »Interviewer unter uns!«, Die Europäische Zeitung Nr. 4 vom 18. 4. 1957.

¹⁸ Vgl. das Plädoyer für die von Elisabeth Noelle-Neumann als »alte« bezeichnete öffentliche Meinung von Johannes Groß, »Mächtig ohne Macht: die öffentliche Meinung«, Deutsche Zeitung vom 9. 9. 1961.

der Wähler vor, die zudem noch negativ konnotiert wurde. Dies stellte einen späten Ausfluß des Masse-Diskurses seit der Jahrhundertwende dar, der Masse zuallererst als Gefahr der bestehenden Ordnung betrachtet hatte.

Den Kritikern der Meinungsforschung war aber nicht die Masse ein Dorn im Auge, sondern vielmehr die Messung von Meinungen, da sie die sorgfältig gezogene Unterscheidung zwischen Masse und Elite aufhob. Eine von den Demoskopern zur Rechtfertigung unternommene Scheidung von theoretischen und praktischen Ansichten der Demokratie wirkte sich fundamental auf ihre Vorstellungen von Öffentlichkeit und öffentlicher Meinung aus, mit denen sie in Konkurrenz zu den Vertretern der ›alten‹ Vorstellungen traten. Auf diese Weise stieg die zuvor nicht thematisierte Konstitution der öffentlichen Meinung zum eigentlichen Zündstoff der Debatte auf. Das Unbestimmte und in der Praxis (notwendig) empirisch Unbestimmbare der öffentlichen Meinung wurde unter eben diesem Gesichtspunkt infrage gestellt und durch die Zahlen der Demoskopie ersetzt oder ergänzt, wie es in den moderateren Aussagen hieß. Die Substanz der Öffentlichkeit hatte sich damit gewandelt. Sie war zu Zahlen aggregiert worden, die sich nun in der Praxis gegenüber der ›alten‹ öffentlichen Meinung zu bewähren hatten. Öffentlichkeit war zu einem Raum geworden, in dem verschiedene öffentliche Meinungen miteinander um die höhere Bedeutung zwischen dem besseren Argument bestimmter Träger und der exakten Abbildung der Bevölkerung in einer ›objektiven‹ Ansicht stritten. Die Kritiker hingegen vertraten das Prinzip einer vernünftigen und begründeten Meinung als Grundlage und Konstituens der öffentlichen Meinung, die einer elitären Auffassung von Öffentlichkeit und Repräsentation von Meinung entsprach. Die Zuschreibung von Macht zur öffentlichen Meinung wurde in der klassischen demokratietheoretischen Tradition über die Begründung der Meinungen, über ihren Gehalt gerechtfertigt. Darin spielte die Meinung von »Krethi und Plethi« nur eine Rolle, wenn sie als substantielle Träger der öffentlichen Meinung erkennbar waren.¹⁹ An der politischen Willensbildung waren nur wenige beteiligt, die aber alle beobachteten und für das Ganze aus einer besonders hervorgehobenen Position sprachen.

Diese Grundidee einer dem Raisonement verpflichteten öffentlichen Meinung, deren Träger durch begründete Urteile daran Teil hatten und so eine Öffentlichkeit bildeten, prägte auch das folgenreichste theoretische Konzept von Öffentlichkeit, das in der Bundesrepublik in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zur Debatte gestellt wurde. Jürgen Habermas begründete wenige Jahre nach der Initialzündung der Debatte historisch, daß der Strukturwandel der Öffentlichkeit von einer Art Idealzustand der aufklärerischen bürgerlichen Öffentlichkeit mit einer Möglichkeit zur Partizipation für alle, die sich rational austauschen wollten, ausgegangen sei. Durch die Entwicklung zur Massendemokratie und der Entwicklung der Medien habe die öffentliche Sphäre jedoch eine fundamentale Ökonomisierung erfahren, in der die substantielle Trägerschaft durch eine kommerziell diktierte Interessenlage überformt

¹⁹ Diese Bezeichnung findet sich häufiger als Umschreibung der Masse der Wählerschaft in den fünfziger Jahren.

worden sei; zudem habe sie die Öffentlichkeit und damit die öffentliche Meinung lediglich zu einem Fragment schrumpfen lassen. Ein wichtiges Mittel zur Zurichtung der Öffentlichkeit als Ware stellte für ihn die Meinungsforschung dar.²⁰ Diese Theorie entstand vor dem Hintergrund der bundesrepublikanischen Erfahrung von Demokratie und der Nutzung der Demoskopie als Herrschaftsinstrument.²¹ Die Rezeption der 1962 erschienenen Habilitationsschrift verlief schnell und inspirierte weitere wissenschaftliche Beschäftigungen mit dem Konzept und der Ausgestaltung von Öffentlichkeit, ebenso wie die Theorie in einem verzögernden ›trickle-down-Effekt‹ in die Deutungen der Rolle der Meinungsforschung einfloß.²² In diesem Tenor wurde auch bereits seit Beginn der Debatte gefordert, daß die wissenschaftlichen Daten nicht geheim bleiben dürften, sondern öffentlich zugänglich gemacht werden müßten. Die Geheimhaltung wurde als singuläre und damit undemokratische Nutzung verurteilt und die darauf folgende Forderung nach Veröffentlichung begründet mit der Bezahlung der Umfragen durch den Steuerzahler. Durch die Veröffentlichung sollte eine einseitige und manipulatorische Nutzung und der Mißbrauch der Daten verhindert werden. Statt dessen sollten sie einer als richtig erachteten Nutzung als »soziale Tatbestandsaufnahme« zur Durchleuchtung und zum Selbstverständnis der modernen deutschen Gesellschaft zugeführt werden.²³ Damit begann eine schleichende Verschiebung in der Kritik an der Demoskopie, die den Fokus von der Abhängigkeit der Akteure auf ihre Manipulationsmacht gegenüber dem Publikum fortbewegte.

In der Auseinandersetzung läßt sich eine Matrix gegensätzlicher Zuschreibungen wie ›Manipulation‹ und ›Aufklärung‹, ›Interessenverfolgung‹ und ›Nutzung zum Gemeinwohl‹ sowie ›Geheimhaltung‹ und ›Veröffentlichung‹ ausmachen. Der Begriff der Manipulation, der später unter Rückgriff auf das Habermas'sche Konzept (wenn auch stärker marxistisch abgewandelt) zum Leitbegriff der Beschreibung zur gesellschaftlichen Funktion der Demoskopie aufstieg, wurde anfangs kaum verwendet, sondern umschrieben und gekennzeichnet als irgendwie unzulässige Beeinflussung der Wähler. Diese Variante der Kritik an einer manipulatorischen Nutzung wurde in der Regel damit begründet, daß gerade die Veröffentlichung der Daten das entscheidende Problem berge, nämlich die Gefahr der Beeinflussung der Wähler durch die Daten als solche.²⁴ Daß den Wählern eine eigene Entscheidung, ob sie sich dadurch beeindruckt lassen würden, überlassen (oder genommen) werden solle,

²⁰ Vgl. J. HABERMAS, Strukturwandel der Öffentlichkeit, 1990, hier S. 347–355.

²¹ Vgl. ebd., Vorwort zur Neuauflage 1990, S. 29.

²² Mit der verspäteten englischen Übersetzung des Buches 1989 wirkte das Konzept sich auf die englischsprachige Forschung aus, die wiederum die (bereits erkaltete) Debatte in Deutschland um dieses Konzept erneut anregte. Die ausgiebige Beschäftigung und die historische Überprüfung seiner Thesen haben dazu geführt, daß Habermas sowohl einen Teil seiner Thesen zurücknahm, als auch erste Ansätze einer Historisierung des Konzeptes aufzuspüren sind: H. MAH, *Phantasies of the Public Sphere*, 2000. Noch dem Ansatz verpflichtet, aber abgewandelt: G. ELEY, *Nations, Publics and Political Cultures*, 1992.

²³ »Interviewer unter uns!«, Die Europäische Zeitung Nr. 4 vom 18. 4. 1957.

²⁴ Dies war das Hauptargument in »Das Orakel«, Bild vom 13. 8. 1957.

wurde nur vereinzelt geäußert.²⁵ Aber eigentlich interessierten die Wähler im Kern der Debatte (noch) nicht, da in der Presse etwas anderes verhandelt wurde, nämlich die Deutungshoheit in der Öffentlichkeit, gekennzeichnet durch die Gegenüberstellung Journalisten versus Wissenschaftler, codiert als alte und neue öffentliche Meinung. Dies zeigte sich auch an einzelnen Artikeln, die entweder direkt die demoskopisch gemessene Meinung gegen die öffentliche Meinung, die als Presse oder eine nicht weiter beschriebene Öffentlichkeit ausgemacht wurde, stellten, oder in denen Journalisten ihrem Ärger über die unterstellte Anmaßung der Meinungsforschung, ihre Arbeit zu übernehmen, Luft machten. In einem *Spiegel*-Interview goß Noelle-Neumann Öl ins Feuer, als sie auf die Frage nach der Unterscheidung zwischen alter und neuer öffentlicher Meinung der Meinungsforschung vor den Wahlen einen entsprechend großen Einfluß zuschrieb.²⁶

Die Auseinandersetzung um die richtige Definition der öffentlichen Meinung und der Rolle der Demoskopie wurde auch in der Fachwelt ausgetragen. Während die in der Tagespresse geäußerte Kritik immer wieder in Paul Sethe ihren Ausgangspunkt nahm, bildete in den Fachkreisen Wilhelm Hennis' Veröffentlichung zu Beginn des Jahres 1957 den Auslöser der Debatte.²⁷ Mit seiner Anwendung der aristotelischen Demokratietheorie auf die Massendemokratie mit ihrer Meinungsforschung und der daraus zwangsweise folgenden Ablehnung der vorhandenen Praxis provozierte er Antworten aus dem Kreis der Meinungsforscher in Fachzeitschriften. Hier war insbesondere der Emnid-Mitarbeiter Rolf Fröhner aktiv, der gleich mit mehreren Publikationen gegen Hennis antrat, seine Repliken jedoch in allgemeine Darstellungen zu Methode und Sinn der Meinungsforschung kleidete. Emnid versuchte mit diesen und ähnlichen Beiträgen in den folgenden Jahren, eine Antwort auf die von Hennis aufgeworfenen Probleme auf einer ebenbürtigen wissenschaftlichen Ebene zu geben.²⁸ 1958 folgten weitere Beiträge, die wiederum durch Meinungsforscher wie zum Beispiel von Gerhard Baumert (DIVO) vorgebracht wurden und ähnlich wie Fröhner mit dem praktischen Nutzen differenzierend argumentierten.²⁹ Erst 1959 folgte das IfD mit einem eigenen Beitrag, als der Mitarbeiter Gerhard Schmidchen die bis dato erfolgte Meinungsforschung und politische Bera-

²⁵ Vgl. »Gallupierende Schwindsucht«, *Stuttgarter Zeitung* vom 24.7.1957.

²⁶ Vgl. für die Beschreibung der Konkurrenz zwischen alter und neuer öffentlicher Meinung »Probewahl am Küchentisch. Gespräch mit E. Noelle-Neumann«, *Der Spiegel* Nr. 34 vom 21.8.1957, S. 19; vgl. auch Peter Merseburger, »Es gibt noch eine öffentliche Meinung!«, *Neue Rhein-Zeitung* vom 19.12.1957; vgl. als frühes Beispiel für den offen thematisierten Konkurrenzkampf »Das demoskopische Orakel«, *Deutsche Zeitung* vom 8.5.1950.

²⁷ Vgl. W. HENNIS, *Meinungsforschung und repräsentative Demokratie*, 1957.

²⁸ Lediglich der 1958 erschienene Artikel wurde in diesem Sinne deutlich: R. FRÖHNER, *Aufgabe der Meinungsforschung*, 1956; ders., *Rolle der Meinungsforschung*, 1957; ders., *Meinungsforschung und Entdemokratisierung*, 1958; ders., *Problematik der Meinungsforschung*, 1957. Er hatte zuvor bereits in dem Themenbereich promoviert: R. FRÖHNER, *Kritik der Aussage*, 1954. Vgl. im weiteren Bemühen um den Nachweis der Wissenschaftlichkeit (bei Emnid) V. G. BLÜCHER, *Prozeß der Meinungsbildung*, 1962; K. D. EBERLEIN, *Verfahrensweisen in der Meinungsforschung*, 1962; ders., *Wahlentscheidung* 1961, 1962.

²⁹ Vgl. G. BAUMERT, *Stellung der Meinungsforschung*, 1958.

tung »offenherzig« darlegte und in den folgenden Jahren mit Neuauflagen seines Buches und weiterer Einnischung in die Auseinandersetzung zu dem am stärksten engagierten Vertreter der Meinungsforschung aufstieg. Er sorgte damit auch für eine spezifische Kanonisierung der Geschichte der Nutzung der Meinungsforschung, denn auch die spätere aktualisierte Auflage wurde von Journalisten immer wieder als Fundgrube für Argumentation und für die Belege zur Nutzung der Umfragen zitiert.³⁰

Zugleich wurde die Spannweite der Legitimationshintergründe für die Demoskopie bezüglich Soziologie, Publizistik als auch (weniger prominent) Wirtschaftswissenschaft/Marktforschung abgesteckt. Die Auseinandersetzung um die Rechtmäßigkeit des Anspruchs der Meinungsforschung auf die Abbildung der öffentlichen Meinung und ihrer dienenden Funktion in der Demokratie wurde mit dem Kampf um die Begründung einer eigenen Disziplin verbunden und in die verschiedenen Öffentlichkeiten der Fachwelt und teilweise der Tagespresse getragen. Diese nahm aber von der folgenden Fachdebatte kaum Notiz. Falls sie es doch tat, interpretierte sie die Streitigkeiten lediglich als Kampf um die wissenschaftliche Deutungshegemonie der Politik zwischen Soziologen/Demoskopen und Politikwissenschaftlern.³¹

Die Parteien beziehungsweise die politischen Akteure beteiligten sich nicht an dieser Debatte in Tageszeitungen und Fachpublikationen, griffen das Thema aber dennoch in ihren eigenen Publikationen auf. Die Meinungsforschung fand in der konservativen Zeitschrift *Die politische Meinung* in den fünfziger Jahren durchweg mit eigenen Artikeln zur Darstellung bestimmter Sachverhalte Gehör. Erst gegen Ende der fünfziger Jahre wurde vereinzelt Kritik daran geübt, daß die CDU, in den Medien geäußerte Befürchtungen bezüglich einer drohenden Führungslosigkeit ignorierend, Umfragen für ihre Politik nutzte. Insbesondere in der kirchlichen Publizistik wurde sie dafür kritisiert.³² Demgegenüber wurde die Meinungsforschung in den SPD-nahen Publikationen wie der *Neuen Gesellschaft* zunächst kontrovers zwischen einer Anpassung an moderne Methoden der Werbung und der Aufrechterhaltung der sozialistischen Aufklärung diskutiert.³³

Die Antwort der Demoskopien in dieser Auseinandersetzung in Fachöffentlichkeit und Tagespresse unterlag unterschiedlichen Strategien. Der harschen Kritik

³⁰ Vgl. G. SCHMIDTCHEN, Die befragte Nation, 1965. Das Zitat stammt aus der Rezension von Ludwig von Friedeburg, der dem Autor »Offenherzigkeit« zuspricht: L. v. FRIEDEBURG, Meinungsforschung und Politik, 1961; für die Bemühungen des IfD zur wissenschaftlichen Legitimierung vgl. Kap. 1.2, S. 50.

³¹ Vgl. die entsprechende Interpretation der sich anbahnenden Auseinandersetzung zwischen Sontheimer und Schmidtchen/dem IfD: Ulrich Blank, »Sind die Unentschiedenen unpolitisch?«, SZ vom 25. 4. 1964.

³² Vgl. Vox populi vox Dei?, 1956/1957; Pathologie des politischen Denkens, 1957; Paul Wenger, »Dämoskopie«, Rheinischer Merkur vom 26. 9. 1956; aus diesem Bereich auch A. BAUER, Der unberechenbare Mensch, 1961. In der kirchlichen Presse wurde die Kritik an der Methode der Meinungsforschung besonders früh laut im Zusammenhang mit dem Kinsey-Report, zielend auf das Eindringen der Umfragen in die Intimsphäre. Vgl. dazu B. ZIEMANN, Katholische Kirche, 2007, Kap. 4.

³³ Vgl. dazu auch Kap. 3.2.a., S. 200.

folgte zunächst eine Verteidigung des IfD, das sich insbesondere betroffen sah. Es nutzte dazu das vom Institut in solchen Fällen seit 1949 bevorzugte publizistische Mittel des Leserbriefs.³⁴ Emnid reagierte mit der Veröffentlichung eines Artikels von Stackelberg, als die Debatte sich 1957 in den verschiedenen Zeitungen ausbreitete. Er verteidigte seine Tätigkeit als Wissenschaft, wobei er der Kritik zustimmte, daß der Einfluß auf Wähler mittels Daten einen ungebührlichen Akt der Beeinflussung darstelle.³⁵ Danach enthielt er sich weiterer Kommentare. Auch das IfD hielt sich zunächst zurück und meldete sich erst Ende des Jahres wieder zu Wort. Im Gegensatz zu Emnid, das sich in der methodisch-fachlichen Debatte engagierte, begriff das IfD seine Verteidigung anscheinend als langfristige Strategie der Beteiligung an der Debatte auch außerhalb der auf Methoden und den Nachweis der Wissenschaftlichkeit konzentrierten populärwissenschaftlichen Diskussion. Ein Vortrag Elisabeth Noelle-Neumanns, den sie vor der sozialdemokratischen Akademikergruppe um Waldemar von Knoeringen in München gehalten hatte, wurde im *Vorwärts* veröffentlicht.³⁶ In dem Vortrag konnte Elisabeth Noelle-Neumann die demokratische Aufgabe der Meinungsforschung darstellen, die ihrer Meinung nach darin bestand, Defizite der demokratischen Praxis aufzudecken, um sie anschließend zu beseitigen. Nebenbei distanzierte sie sich ausdrücklich von nationalkonservativen Ansichten wie der Winfried Martinis, der bereits einige Jahre zuvor in einem Buch anhand des demoskopischen Nachweises der fehlenden politischen Reife der deutschen Bevölkerung durch das IfD eine Abkehr von der Demokratie begründet hatte.³⁷ Sie nutzte den Anlaß außerdem, um die bis dahin erfolgte Kritik demoskopisch zu widerlegen. Zu diesem Zweck griff sie die in der wissenschaftlichen Fachöffentlichkeit parallel geführte Debatte über den demokratietheoretischen Sinn der Meinungsforschung auf und speiste ihn auf diese Weise zumindest zum Teil in expliziter Form in die ›Feuilletondebatte‹ ein.³⁸ Dabei nahm Noelle-Neumann in ihrem Vortrag vor allem Wilhelm Hennis aufs Korn, der nach Paul Sethe aus der Position eines auf klassischer Demokratietheorie beruhenden Staatsrechtlers die sicherlich

³⁴ Vgl. z. B. E. NOELLE-NEUMANN, Leserbrief zur »Überdemokratie«, 1949; F. SCHOTTHÖFER, Überdemokratie, 1949; Leserbrief zu Paul Sethes Artikel (vom 19. 1. 1957, »Die Herrschaft der Zweitausend«) in der *Welt*, den die Neumanns verschickten mit dem Hinweis, daß der Brief gekürzt worden sei. Vgl. Brief und längere Leserbriefversion von Neumann an Lenz am 26. 1. 1957, ACDP I-172-036 (3). Für Leserbriefe Erich Peter Neumanns vgl. u. a. »Europa-Idee«, *Der Spiegel* Nr. 44 vom 26. 10. 1955. Auch Gerhard Schmidtchen schloss sich diesem Leserbrief-Schreiben an, dazu vgl. weiter unten.

³⁵ Vgl. »Meinungsforschung und Meinungsbeeinflussung«, *Echo der Zeit* vom 7. 4. 1957.

³⁶ Vgl. »Politische Meinungsforschung und demokratische Praxis«, *Vorwärts* vom 13. 12. 1957. Außerdem lud das Institut einen Redakteur des *Münchener Merkur* zu sich nach Allensbach ein, um mittels einer Home-Story alle Vorwürfe zu widerlegen. Vgl. die vierteilige Serie: Walter Bittermann, »Die listigen Zwerge aus Allensbach«, *Münchener Merkur* vom 29. 4., 3./4. und 13. 5. 1958.

³⁷ Vgl. W. MARTINI, *Das Ende aller Sicherheit*, 1954. Daß diese Idee einer auf der fehlenden politischen Reife für verschiedene Argumentationen verfind, zeigt auch die entsprechende Verwendung bei E. KUBY, *Des deutschen Vaterland*, 1957.

³⁸ Nur ein einziger Artikel in der Kritik griff auf die Veröffentlichung von Hennis zurück: »Das demoskopische Orakel«, *Deutsche Zeitung* vom 8. 5. 1957.

stärkste Kritik formuliert hatte. Sie griff in dem Vortrag jedoch nur seinen Vorwurf auf, die repräsentative Demokratie werde durch die demoskopische Abschaffung der Führung durch die Politiker ausgehöhlt. Seinen zweiten Vorwurf, die Demoskopie verkehre die eigentlich öffentliche Meinung durch die Mißachtung der argumentativen Unterschiede in Meinungen, die erst durch ihre Begründung zu einer echten Meinung würden, konterte sie mit einem Vorwurf der Einführung plebiszitärer Elemente in die repräsentative Demokratie. Im Zentrum des Vortrags stand demnach das Bemühen, das Volks zwar als ungebildet, aber als lernfähig darzustellen. Sie zog den Schluß, daß sich die moderne Massendemokratie von den klassischen Vorstellungen einer Demokratie aufgrund ihrer überzogenen Erwartungen verabschieden müsse. Sie postulierte dagegen die Notwendigkeit, sich auf eine realistische (Massen-)Demokratie einzustellen. Damit zielte sie auf die normativ argumentierenden Kritiker ebenso wie auf die vor ihr sitzenden Sozialdemokraten. Sie diagnostizierte damit der Kritik ihre falsche Einschätzung der modernen Demokratie und beschied ihr aus diesen Gründen Wirkungslosigkeit.

Noelle-Neumann behielt mit ihrer Diagnose Recht. Die Ausgangsposition der Kritiker der Meinungsforschung beruhte auf der Annahme, daß ihre Kritik etwas an der Praxis der politischen Meinungsforschung ändern würde, sie von außen auf die Vorgänge in der geheimen Entscheidungsfindung einwirken könnten. Doch in ihrer Nachhaltigkeit und Vehemenz irritierte Noelle-Neumann zwar den politischen Bereich, wie sich anhand der Einladung der Sozialdemokraten oder auch anhand der in deren theoretischen Organen im Anschluß an die Kritik stattfindenden Diskussionen zeigte, bewirkte aber Veränderungen nur in ihrem eigenen Aktionsbereich, in den Medien. Damit schuf sie neues und popularisierte ›altes‹ Wissen über die Meinungsforschung, die schließlich zuvor lediglich in ihren Ergebnissen und den Grundzügen ihrer repräsentativen Sample-Methode und amerikanischen Geschichte beleuchtet worden war. Es entstand eine neue Berichterstattungskonstellation, indem die Meinungsforschung mit mehr Daten und mehr Instituten medial präsent war und vor allem aus dem bisherigen Kontext der kuriosen Erfragung von Meinungen und der weithin akzeptierten Wissenschaftlichkeit heraustrat. Die Debatte verhalf der Demoskopie zu einer neuen Positionierung, indem sie zwischen ihrem Anspruch der Abbildung öffentlicher Meinung und der Frage nach der richtigen Funktionsweise einer Demokratie neu kontextualisiert wurde. Dies führte zu einer seitdem existenten und paradox anmutenden Berichterstattung über die Meinungsforschung, die zwischen den Darstellungspolen einer weiterhin im geheimnisumwobenen Bereich der politischen Entscheidungsfindung und einer Transparenz beschwörenden Beobachtung des politischen Bereiches befindlichen Demoskopie pendelte.

b) Wechselwirkungen von Kritik und Berichterstattung 1961–1966

Die Kritik verfehlte ihre Wirkung nicht. Allerdings stellte sich dies ganz anders als erhofft dar. Indem die Defizite der bis dahin stattgefundenen Meinungsforschung benannt wurden, trug die Kritik, entgegen ihrer Absicht, nicht zu einer Zurückdrän-

gung oder einer andersartigen Umgangsweise durch die Politiker, sondern zu einem verstärkten Interesse der Printmedien bei. Im weiteren Verlauf führte das neu geweckte Interesse zu einer anderen Herangehensweise seitens der Medien. Die Berichterstattung zum Wahlkampf 1961 zeichnete sich konsequenterweise durch eine umfangreichere und früher einsetzende Informierung aufgrund der stärker werdenden Konkurrenz auf dem Pressemarkt aus. Aber auch eine andere Art der Berichterstattung hielt Einzug, die sicherlich auch der sich verschärfenden Konkurrenzsituation auf dem Pressemarkt geschuldet war. Wo zuvor vielleicht inhaltliche Überlegungen zur Ausgestaltung des Wahlkampfes gestanden hatten, fanden nun Planungen der einzelnen Parteien Platz, die schließlich dank der demoskopischen Erkenntnis, daß ein Wähler sich frühzeitig entscheide, ihre konzeptionellen Überlegungen auch zeitlich nach vorne verlagert hatten. Sowohl im Vorfeld wie im Wahlkampf selber kam kein Bericht ohne den Hinweis auf die demoskopische Vorbereitung und Begleitung des Wahlkampfes aus. Hier zeigten sich erste Anzeichen zur Herausbildung einer Metaebene in der politischen Kommunikation. Aber diese Berichterstattung kam auch nicht ohne die Kritik aus. Sie tauchte in einer Mischung mit der Präsentation der Zahlen auf – sei es Kritik an der Verwendung, sei es Kritik an der Methode. So wurden die auf demoskopischen Befunden beruhenden Überlegungen der Zielgruppen und des Aufbaus der Werbung als selbstverständlicher Teil der politischen Planung in die Berichterstattung integriert, zum Beispiel insbesondere bei der SPD der Hinweis auf die unpolitischen und unentschiedenen Wähler und die umfassenden, aber stets geheimen Forschungen dazu.³⁹ Die CDU wurde als Vorreiter dieser Entwicklung gekennzeichnet, da ihr 1957 als Bundesregierung angekreidet worden war, Umfragedaten für eine später erfolgreiche Propaganda zu nutzen.⁴⁰ Nun wurde diese Vorgehensweise 1961 prinzipiell anerkannt.⁴¹ Zur Abwechslung geriet die SPD in die Kritik mit dem Vorwurf, die Opposition aufgegeben zu haben und die Wähleransprache der CDU zu imitieren. Dies wurde als Opportunismus unter demoskopischen Vorzeichen gewertet, dem auch noch Erfolg beschieden sein könne.⁴² Es wurde grundsätzlich der Einfluß der Demoskopien auf die politischen Akteure und deren politische Planung sowie Selbstdarstellung »bis in

³⁹ Vgl. dazu z. B. »Wahlkampf-Training im SPD-Lager«, SZ vom 10. 10. 1960; »Wahlkampf im USA-Stil: Mehr PS und voll-synchron«, Die Welt vom 1. 10. 1960; »SPD stellt sich im Maßanzug vor«, WAZ vom 18. 1. 1961.

⁴⁰ Für gleichmäßig auf SPD und CDU verteilte Kritik vgl. u. a. »Wahlkampfturnier 1961«, SZ vom 29. 4. 1961.

⁴¹ Vgl. als einen solchen Vorgang die »Enthüllung« der Umfragen zur Unterstützung der Popularisierung der »sozialen Marktwirtschaft« in »Sachen unter dem Tisch«, Der Spiegel Nr. 31 vom 31. 7. 1957.

⁴² Vgl. als Beispiel »Der Wähler wird sehr ernst genommen«, FR vom 19. 6. 1961. Darin kleidete die Zeitung ihre Bedenken in Worte Elisabeth Noelle-Neumanns, die bei einem Vortrag diese Ansicht unterstützte, indem sie die Anwendung der Demoskopie bei der SPD als dilettantisch und bei der CDU als professionell (raffiniert) beschrieb und letzteres als richtige Variante lobte.

die einzelne Formulierung hinein« kritisiert. Die Demoskopie wurde so für die Angleichung der Parteien verantwortlich gemacht.⁴³

Der Tenor der Kritik bestand in der Amerikanisierung des absehbaren Wahlkampfes mitsamt seiner personalisierten Zuspitzung mit Brandt als »deutschem Kennedy«, der anhand der Orientierung an einer professionellen Werbeberatung analysiert wurde.⁴⁴ Auch in vielen anderen Titeln tauchte sowohl die Amerikanisierung als auch die Personalisierung als daraus folgende Konsequenz auf. Die Amerikanisierung wurde je nach Bedarf in den Zeitungen mal von dem ehemaligen Verlagsleiter der *FR*, Karl Anders, als »Werbefachmann« symbolisiert oder von dem Wahlkampfmanager Brandts und Politologen, Klaus Schütz, verkörpert, der schließlich in den USA studiert hatte.⁴⁵ Es wurde nicht nur auf die amerikanischen Vorbilder Rekurs genommen, sondern auch die Fachliteratur dazu als Orientierungshilfe genannt.⁴⁶ Auch auf den Bestseller von Vance Packard wurde hingewiesen und so der Wahlkampf in den Kontext der Marktforschung gestellt.⁴⁷ In der Kritik symbolisierte die Demoskopie entweder immer die gesamte Werbeberatung oder war ein wichtiger Teil der »Hilfe von Psychologen und Werbeberatern«. Demoskopien schienen aus einer Mischung all dieser Komponenten zu bestehen.⁴⁸ Somit wurde die Vorbereitungsleistung in ihrer Mischung aus affirmativer Integration der Professionalisierung bei gleichzeitiger Kritik der Orientierung der Parteien daran zu einem Vorbild der Wahlkampfberichterstattung. An vielen Stellen wurde anscheinend der Wahlkampf erst nach dem Mauerbau als Thema bemerkt. Auch dann durften keine Hinweise auf die demoskopischen Tests und die Zielgruppe der Unentschiedenen und Unpolitischen fehlen, während für die CDU lediglich konstatiert wurde, daß alles beim Alten bliebe. Dementsprechend wurde nicht viel berichtet.⁴⁹ Das Wachstum der Berichterstattung übertrug sich auf die demoskopischen Befunde, die nun auch auf der Seite der kritischen Kommentierung ausgebreitet wurden.⁵⁰

⁴³ Zitat aus »Willy Brandt – ein »Markenartikel« der SPD«, *FR* vom 17. 2. 1961. Andersorts wurden die Demoskopien als Rattenfänger dargestellt, deren »Flötentönen« die Politiker willig folgten. Vgl. »SPD: Der Elferrat«, *Der Spiegel* Nr. 30 vom 20. 7. 1960; »Die Rechenmaschine der SPD«, *Die Zeit* vom 2. 6. 1961; für Angleichungs-Vorwurf vgl. »Wahlkampf-Turnier«, *SZ* vom 29. 4. 1961.

⁴⁴ Vgl. für die Übertragung des Images und der publizistischen Verarbeitung D. MÜNCKEL, *Politiker-Image*, 2003.

⁴⁵ Vgl. z. B. »Vor einem Wahlkampf der Köpfe«, *Stuttgarter Zeitung* vom 7. 10. 1960; Zitat Garbe in »Held nach Maß«, *Der Spiegel* Nr. 37 vom 6. 9. 1961.

⁴⁶ Vor allem das Buch von Kitzinger erfuhr eine große Aufmerksamkeit: Vgl. »Vor dem Wahlkampf der Köpfe«, *Stuttgarter Zeitung* vom 7. 10. 1960; »Persil bleibt Persil«, *Der Spiegel* Nr. 38 vom 14. 9. 1960.

⁴⁷ Vgl. »Die SPD und die geheimen Verführer«, *Westfälische Nachrichten* vom 26. 5. 1961; »Der neue Stil der Sozialdemokraten«, *Gießener Anzeiger* 28. 6. 1961; V. PACKARD, *Die geheimen Verführer*, 1958.

⁴⁸ Vgl. u. a. »Wahlkampf-Training im SPD-Lager«, *SZ* vom 10. 10. 1960.

⁴⁹ Vgl. u. a. »SPD schärft ihre Argumente mit moderner Werbung«, *NRZ* vom 2. 9. 1961; »Willy Brandt wirbt um die Unpolitischen«, *Badische Neueste Nachrichten* vom 8. 9. 1961; »Brandt analysiert den Wahlkampf«, *Tagesspiegel* vom 2. 6. 1961; »Willy Brandt spricht von Berlin und denkt an Bonn«, *Stuttgarter Zeitung* vom 12. 4. 1961.

⁵⁰ Vgl. »Held nach Maß«, *Der Spiegel* Nr. 37 vom 6. 9. 1961, S. 28–44, hier S. 41.

Daneben gab es jedoch in der Mehrzahl weiterhin die einfach die Umfragen rapportierenden Artikel. Die Möglichkeit der lückenlosen Rückverfolgung der Trendumfragen bis 1953, inzwischen für das IfD im Jahrbuch der Demoskopie ohne weiteres möglich, erhöhte die Verwendung der Daten. Anhand der Entwicklungen konnten im zeitlichen Vergleich Überlegungen zum möglicherweise regelhaften Verlauf des Wahlkampfes angestellt werden. Einzelne Umfragen wie auch eine demoskopische Verfolgung der Entwicklung wurden selbstverständlicher, auch wenn weiterhin hauptsächlich die einzelnen Umfragen im Auftrag des Bundespresseamtes verbreitet wurden. Tageszeitungen richteten »Wahlsonderseiten« ein, auf denen nicht nur Programmatik und Kandidaten Thema waren, sondern auch intensiv Meinungsforschung präsentiert und »geordnet« diskutiert wurde.⁵¹ Auffällig ist jedoch, daß Magazine, andere Zeitschriften und die Tagespresse unterschiedliche Konzepte der Berichterstattung verfolgten. Insbesondere *Der Spiegel* richtete den Blick statt auf die publizierten Daten auf die geheimen Umfragen der Parteien, um mit frühzeitiger Berichterstattung die Aktionshintergründe der Parteien zu durchleuchten, Wahlkampfplanungen zu beschreiben und die Maßnahmen als Wahlkampfmittel zu kontextualisieren. Jedoch blieb dem Blatt die ironisierende Berichterstattung eigen, die der übrigen Wahlkampfberichterstattung in der Tagespresse weitgehend abging.⁵² Demgegenüber versuchte die Wochenillustrierte *Quick* eher, Aufmerksamkeit mit einer eigenen Umfrage zu erregen.⁵³ Damit stellte sie vorerst das einzige Medium dar, das Trendumfragen und Sonderumfragen selbst in Auftrag gab. Die restliche Presse verzichtete auf eigene Umfragen bis auf einzelne Ausnahmen, die jedoch nicht in der Nähe von Wahlkämpfen platziert wurden. Daneben wurden im folgenden auch demoskopische Untersuchungen zu Landtags- und Kommunalwahlen stärker beobachtet.⁵⁴ Nach der Wahl 1961 meldeten sich erstmals Wahlforscher wie Rudolf Wildenmann in der Tagespresse mit Erläuterungen zur Wählerschaft und

⁵¹ Vgl. als Beispiel den Kölner Stadtanzeiger mit Sonderseiten zwischen Juli und September 1961 und dem Beitrag Gerhardt Schmidchens darin: »Wähler nicht für dumm verkaufen«, 2. 9. 1961. Er schrieb auch weitere Beiträge und Leserbriefe: »Rattenfänger oder Informationsmittel?«, Münchner Merkur vom 6. 9. 1961; Leserbrief zu einem Bericht über eine Podiumsdiskussion, an der er teilgenommen hatte und sich nicht richtig wiedergegeben fühlte: »Politik und Meinungsforschung«, Die Welt vom 8. 12. 1961.

⁵² Vgl. »Besser ist sicher«, Der Spiegel Nr. 29 vom 14. 7. 1965; zum Abschluss des Wahlkampfes erhielt die Meinungsforschung jedoch auch die Würdigung eines eigenen Artikels, in dem zumindest ihr ein grandioser Sieg vorausgesagt wurde: Gerhard Mauz, »Die Bundesrepublik hat neue Dunkelmänner«, Der Spiegel Nr. 38 vom 15. 9. 1965.

⁵³ Vgl. »Der ideale Bundeskanzler«, Quick vom September 1961, Verweis darauf in L. v. FRIEDBURG, Meinungsforschung und Politik, 1961. *Der Spiegel* richtete nach den Wahlen lieber seinen »Bücher-Spiegel« mit Unterstützung des IfD ein. Vgl. Ausgaben ab Nr. 40 des Spiegel vom 18. 10. 1961. Dem *Spiegel* gelang der Blick in die geheim gehaltenen Umfragen 1961 nur bei der FDP: »Der Schah von Bonn«, Nr. 13 vom 27. 3. 1961, S. 20–23.

⁵⁴ Vgl. z. B. »Minister – unbekannte Namen«, Der Spiegel Nr. 6 vom 10. 2. 1964 über Emnid-Umfrage i. A. der CDU zur Landtagswahl Rheinland-Pfalz und deren Nicht-Veröffentlichung und Konsequenzen; »Die beiden Volksparteien«, Das allgemeine Sonntagsblatt vom 24. 2. 1963 über Wahlen in Berlin; vgl. für eine Infas-Umfrage in München »Vogel und die Frauentürme – hoch in der Gunst«, SZ vom 26. 10. 1963.

ihrem Verhältnis zum Parteiensystem zu Wort.⁵⁵ Zwischen 1957 und 1961 war die soziologische Zeitdiagnose gesellschaftsfähig geworden, so daß sich nach der Wahl 1961 vielfach soziologische Wahlanalysen in den Zeitungen etablierten. Sie griffen dazu auf die jeweiligen Sonderauszählungen der statistischen Ämter und deren Analyse des amtlichen Wahlergebnisses zurück. Auf diese Weise wurde das Wissen über die soziologische Aufgliederung der Wählerschaft und entsprechende Annahmen zum Wahlverhalten verbreitet, zumal diese Analysen weit gestreut wurden und nicht nur den bundesweit erscheinenden Zeitungen vorbehalten blieben.⁵⁶

Mit dem Wahlkampf 1961 war die Konstellation einer die Kritik integrierenden Berichterstattung gegeben, die daran anschließende weitere Thematisierungen auf der Metaebene der Kritik ermöglichte. Der nächste Schub der Diskussion ging von einer der Wahlanalysen aus. In einem Beitrag für den *Kölner Stadtanzeiger* wies Gerhard Schmidtchen sowohl CDU wie SPD auf die Grenzen ihrer demoskopischen Ausrichtung hin. Für die SPD führte er das Beispiel an, daß der Mauerbau gezeigt habe, daß eine sich unpolitisch gerierende Partei in Krisenzeiten wichtiges Vertrauen der Bürger verlöre.⁵⁷ Doch die eigentliche Schärfe der Aussage trat erst in einer zwei Jahre später erscheinenden Fachpublikation hervor.⁵⁸ Darin entwickelten die Autoren Elisabeth Noelle-Neumann und Gerhard Schmidtchen die bereits angedeutete These, daß die Annahme von der unpolitischen Haltung der unentschiedenen Wähler falsch gewesen sei. Sie postulierten vielmehr provokativ das Gegenteil: Gerade diese Unentschiedenen seien besonders politisch. Damit wurde die Diskussion um die umkämpften unentschiedenen Wähler in eine neue, den alten Annahmen entgegengesetzte Richtung gedreht.⁵⁹ Auf diese Weise vollzog das IfD als erstes Institut eine Interpretation, die sich in der amerikanischen Wahlforschung bereits festgesetzt hatte.

Als erst Reaktion darauf kann ein bereits 1961 erschienener Beitrag von Ludwig von Friedeburg gelesen werden. Er übte in seinen Feststellungen zum Stand der Debatte zurückhaltende Kritik, deren zentrale Argumente sich jenseits der Methode und Konstitution der öffentlichen Meinung befanden und auf die Beratungsfunktion der Meinungsforschung abhoben.⁶⁰ Er konstatierte ein »zweilichtiges Verhältnis« zwischen Demoskopie und Politik, das sich aber aufgrund der gesellschaftlichen

⁵⁵ Vgl. beispielsweise Rudolf Wildenmann, »Wer wählte wen?«, Stuttgarter Zeitung vom 5. 10. 1961.

⁵⁶ Vgl. »Viele Twens gingen nicht zur Wahl«, Husumer Tageszeitung vom 13. 12. 1961; »CDU-Wählerstamm: mehr Frauen als Männer«, Schwäbische Zeitung Leutkirchen vom 6. 1. 1962; »Warum Steinhoff so hoch siegte«, Vorwärts vom 8. 11. 1961 (Wahlkreis Hagen); »Propaganda nützte der SPD wenig«, Echo der Zeit (Recklinghausen) vom 1. 10. 1961; »Bundestagswahl im Spiegel der Statistik«, SZ vom 2. 2. 1962.

⁵⁷ Vgl. Schmidtchen, »Wähler nicht für dumm verkaufen«, Kölner Stadtanzeiger vom 2. 9. 1961.

⁵⁸ Vgl. E. NOELLE-NEUMANN/G. SCHMIDTCHEN, Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen, 1963.

⁵⁹ Vgl. ebd.; G. Schmidtchen, »Wähler nicht für dumm verkaufen«, Kölner Stadtanzeiger vom 2. 9. 1961. Den Anfang der nächsten Runde der Kritik machte K. SONTHEIMER, Meinungsforschung und Politik, 1964. Infas unternahm 1967 eine Tagung zu Fragen der Wechselwählerschaft. Vgl. auch K. LIEPELT/A. MITSCHERLICH (Hrsg.), Thesen zur Wählerfluktuation, 1968.

⁶⁰ Vgl. hier und im folgenden L. v. FRIEDBURG, Potential der Umfrageforschung, 1961.

Struktur erbege, die durch die Staatsbürokratie das Desinteresse am Engagement fördere, gleichzeitig aber auf die Gefahr der selbst betriebenen politischen Indienststellung der Meinungsforscher hinwies und diese somit nur teilweise entlastete, indem er sie als Mitverantwortliche kennzeichnete. Auf diese Weise richtete Friedeburg einen verstärkten Blick auf Fragen der »Manipulation«, das heißt einer vom Publikum nicht wahrgenommenen Nutzung der Umfrageergebnisse, die in politische Führung umgemünzt wurden. Als positives demokratisches Potential stellte er den bewußten Minderheitenschutz in einer Umkehrung der eigentlichen Annahme zu den Aufgaben oder zur Praxis der Meinungsforschung fest, die derweil darin bestand, die Mehrheitsmeinung und Wege zu deren Herstellung zu finden. Doch auf dieses Angebot, das demokratische Potential in der Meinungsforschung zu beleuchten und damit eine Brücke zwischen Kritikern und Befürwortern zu bauen, ging außer Ernst Fraenkel niemand ein, der sich 1963 für einen absolut transparenten Umgang mit Meinungsforschung aussprach.⁶¹

Die sich entfaltende Debatte verlagerte die Frage zur Konstitution der öffentlichen Meinung auf die vermeintlichen Hintergründe und Absichten der Meinungsforscher bei ihrer Arbeit. Jetzt war es der Politikwissenschaftler Kurt Sontheimer, der an den Meinungsforschern kritisierte, daß sie genau das, was sie zuvor geraten hätten, nun an der Politik kritisierten und stellte damit die generelle Kritikfähigkeit der Meinungsforscher an der Politik infrage.⁶² Schmidtchen antwortete auf diese Vorwürfe, indem er sie einfach zurückgab, ohne auf eines der Argumente Sontheimers einzugehen.⁶³ Statt der Auseinandersetzung um Argumente trat der Gesichtspunkt der sich gegenseitig untergrabenden Integrität der jeweilig Kritisierenden in den Vordergrund. Dieses Vorgehen trug erheblich zu einer Erstarrung der sich gegenüberstehenden Meinungslager bei und schuf Gegnerschaften auf Jahrzehnte. Diese Auseinandersetzungen wurden nicht nur schriftlich, sondern auch in Podiumsdiskussionen regelmäßig ausgetragen.⁶⁴ So blieb ein bis Anfang der sechziger Jahre zusammengesetzter Kreis der beteiligten Experten sowohl auf Seiten der Kritiker als auch der Befürworter auf Jahre bestehen.⁶⁵ Ähnliches galt für die Debatte in den Medien. Hier war es eine Gruppe von Redakteuren der verschiedenen Zeitungen und Magazine, die sich mit dem Thema wiederholt beschäftigten und auf diese Weise ebenfalls eine Expertise oder zumindest eine feste, wiederholt vertretene Ansicht entwickelten.⁶⁶ Schließlich merkte Wilhelm Hennis in einem seiner späteren Auf-

⁶¹ Vgl. E. FRAENKEL, Demokratie und öffentliche Meinung, 1963; ähnlich etwas später R. DAHRENDORF, Gesellschaft und Demokratie, 1965, S. 396.

⁶² Vgl. K. SONTHEIMER, Meinungsforschung und Politik, 1964.

⁶³ Vgl. G. SCHMIDTCHEN, Der häßliche Meinungsforscher, 1965.

⁶⁴ Vgl. für eine der ersten solcher Diskussionen »Ist jede Meinung gleich viel wert?«, Die Welt vom 22./23. II. 1961.

⁶⁵ Zu den Hauptakteuren der Kritik mit Hennis, Sethe und Sontheimer kam auf der Seite der Verteidiger ebenso altbekanntes demoskopisches Personal wie Schmidtchen hinzu, das ergänzt wurde durch die vermittelnden und vorsichtigeren Stimmen von v. Dohnanyi und v. Friedeburg.

⁶⁶ Beim *Spiegel* beschäftigte sich damit Gerhard Mauz, der zuvor bereits für *Die Welt* Kritik an der Meinungsforschung geübt hatte; bei der *Zeit* wuchs diese Aufgabe seit den sechziger Jahren allmäh-

tritte zu solchen Gelegenheiten öffentlich an, daß er schließlich nur dort sitze, weil er mal Ende der fünfziger Jahre eine heftige Kritik geäußert und seitdem immer für die Vertretung der gegnerischen Seite ›gebucht‹ werde.⁶⁷

Die Debatte zur richtigen Funktionsweise einer repräsentativen Demokratie ritualisierte sich. Der Kern bestand in der Frage der Definition der öffentlichen Meinung und einer daran anknüpfenden Bewertung dieser Meinung sowie der Zuweisung ihrer Rolle in dem Funktionsmechanismus »repräsentative Demokratie«. Die Rollenzuweisung schwankte zwischen einer Einordnung als Plebiszit und einer notwendigen Korrektur der alten öffentlichen Meinung. Daran war unter der Diskussionsoberfläche die nicht so gut sichtbare Frage der Vorstellung von Öffentlichkeit (und auch Repräsentation) geknüpft, so daß sich der Debattenschwerpunkt fast unmerklich von der Konstitution der öffentlichen Meinung zu ihrer Beeinflussung verschob. Die grundsätzlich verschiedenen Meinungen bezogen sich auf die Operationsweise von Öffentlichkeit und deren Beobachtungsmöglichkeiten, mithin war keine Übereinkunft zur Definition eben dieser öffentlichen Meinung notwendig: Jede Seite argumentierte mit ihren eigenen Definitionen und daraus folgenden Ableitungen zu einer als richtig anerkannten Funktionsweise der repräsentativen Demokratie. Dies wurde in den Berichten über die vor Publikum ausgetragenen Diskussionen häufig enttäuscht (und später genervt) als Ausbleiben jedweden positiven gemeinsamen Ergebnisses der Diskussionen vermerkt: »Man endete etwa dort, wo die Diskussion angefangen hatte: Die Meinungsforschung ist da, wir müssen uns mit ihrer Existenz abfinden.«⁶⁸ Genau diese Erkenntnis markierte jedoch einen erheblichen Fortschritt im Umgang mit Meinungsforschung: Sie wurde akzeptiert.

Die Frage nach den Funktionsmechanismen der Demokratie als Kern der Diskussion führte weg von der Frage nach der Funktion der öffentlichen Meinung. In ihr kristallisierte sich der Gewöhnungseffekt an die neue Form der gesellschaftlichen Selbstbeschreibung heraus. Demoskopie galt als eine nicht mehr zurückdrängende Mechanik in der Beschreibung öffentlicher Meinung. Sie blieb jedoch in ihren Effekten kritisierbar. Dies hatte die Tagespresse bereits in ihrer Berichterstattung des Wahlkampfes 1961 übernommen. Die Auswirkung der Diskussion auf die Verarbeitung der Meinungsforschung in den Medien erschöpfte sich in einer Reproduktion der von dem Bundespresseamt und zunehmend von den Parteien selber vorgelegten demoskopischen Ergebnissen. Doch wurden diese je nach Umfang und Inhalt der Daten – wie geschildert – mit kritischen Kommentaren und Erläuterungen versehen.⁶⁹ Diese Darstellungsform entwickelte sich zum Standard für Wahlen auf allen

lich Rolf Zundel zu; bei den Tageszeitungen waren es beispielsweise Günther Gillissen (*FAZ*) und Ulrich Blank (*SZ*).

⁶⁷ Vgl. Aussage in: Podiumsdiskussion [mit Wolfgang Ernst, Wilhelm Hennis, Elisabeth Noelle-Neumann und Leopold Rosenmayr], 1983, S. 77; Interview mit Hennis am 19. 10. 2001.

⁶⁸ »Ist jede Meinung gleich viel wert?«, *Die Welt* vom 22./23. 11. 1961; »Wer manipuliert mit der Meinung?«, *Rheinische Post* vom 13. 5. 1965.

⁶⁹ Vgl. »CDU und SPD veröffentlichen neue Meinungsumfragen«, *Ruhrnachrichten* vom 13. 2. 1964 (Hinweis, daß es nur eine Umfrage war, aus der sich Parteien die jeweiligen Zahlen zur Veröffent-

Ebenen in den nächsten Jahren. Die demoskopischen Auseinandersetzungen der Parteien wurden nicht mehr so aufgeregt wie noch 1957 aufgenommen, allerdings mit derselben Stoßrichtung wie zuvor. Sie wurden gelassener kommentiert als »Theater« und mit der Anmerkung, daß die Institute sich ohnehin abwechselnd mit ihren Umfragen übertrumpfen und überholen würden.⁷⁰ Vor dem Wahlkampf 1964 wurde ein Jahr zuvor über Wahlkampfplanungen spekuliert, doch im Gegensatz zu 1961 erschienen die demoskopischen Grundlagen als selbstverständlicher Teil aller Parteien und wurden ebenso selbstverständlich als geheim angenommen.⁷¹

Die Professionalität eines Wahlkampfes im Sinne einer gelungenen Vorplanung unter Einbeziehung von Wahlkampfmanagern und -beratern wurde stärker beachtet als zuvor. Überhaupt stieg das Interesse der Medien an der (vorbereitenden) Wahlkampfberichterstattung. Das »Wie« der Wahlkampfstrategie rückte dabei statt des »Was« (Einsatz von Meinungsforschung als solcher, junge Manager etc.) in den Vordergrund. Um die Wahlkampfstrategien und Planungen vorzustellen, wurden wiederum in vielen Tageszeitungen Reihen zur Vorstellung der einzelnen Parteien eingerichtet. Dieser Vorgang läßt sich als weitergehende Popularisierung durch eine Berichterstattung auf Metaebene beschreiben, bei der Aufklärung und Werbung zugleich stattfanden, indem die Mechanismen der Beobachtung und Bearbeitung der Wählerschaft durch die Parteien freigelegt wurden. So klärten die jeweiligen Verantwortlichen in Sachen Öffentlichkeitsarbeit die Medien über inhaltliche und methodische Fragen auf, z. B. über die »Profilbildung« der Parteien oder über die institutionalisierte Gegnerbeobachtung und ihren Sinn.⁷² Die Parteien präsentierten ihre Fachberater für Werbung und wissenschaftlich erarbeitete Wissensbestände über die Wählerschaft in groben Zügen, jedoch ohne daß dies immer positiv honoriert wurde. Wiederum wurde der SPD dies von Teilen der Presse als erneute Anbiederung bis hin zur Selbstverleugung zur Last gelegt.⁷³

lichung herauspicken); »Meinungsforscher sind sich nicht einig«, WAZ vom 24. 6. 1965; »Umfrageritis«, Stuttgarter Zeitung vom 2. 9. 1965 (CDU-Zahlen).

⁷⁰ Vgl. »Volks-Orakel«, Stuttgarter Zeitung vom 14. 2. 1962; für die Reaktion auf Umfragen des Gegners vgl. u. a. Pressemitteilung des SPD-Vorstandes zu einer nicht korrekten, da nur Rohdaten umfassenden Datenangabe der CDU (Emnid-Zahlen) vom 31. 8. 1965; Bericht über schlechte Zahlen für Erhard in »Ratlose Berater«, SPD-Rundschau (Koblenz) vom 6. 5. 1965 (IfD-Zahlen). Nur selten drangen diese »Richtigstellungen« jedoch in die Presse vor; Ausnahmen bestätigten die Regel: »Die SPD wirft der CDU unkorrekte Umfragezahlen vor«, Stuttgarter Zeitung vom 9. 2. 1965.

⁷¹ Vgl. u. a. »Tricks reichen kaum aus«, Düsseldorf Nachrichten vom 30. 5. 1964; »SPD rüstet zum Wahlkampf«, Schwäbisches Tageblatt (Tübingen) 14. 7. 1964.

⁷² Vgl. »Nichts wird dem Zufall überlassen«, FR vom 28. 6. 1965 (zur SPD); »»Rennstall« löst Wahlkampfleiter ab«, Hessische Allgemeine, (Kassel), 28. 7. 1965 (zur CDU); »Die SPD setzt auf »Graswurzelarbeit«, Mannheimer Morgen, 28. 7. 1965; »Im EOH [Erich Ollenhauer-Haus] findet auch der Gegner seinen Steckbrief«, Bremer Nachrichten, 20. 8. 1965; »Erhard und der Goldklumpen« (»Der Feind hört manchmal mit«), Kölner Stadtanzeiger vom 17. 4. 1965; »Letkiss«, Christ und Welt vom 30. 4. 1965; Ulrich Blank, »Die CDU muß auf Erhards Ansehen bauen«, SZ vom 22. 3. 1965; »Mit System die Herzen erobern«, FR vom 21. 6. 1965 (zur CDU).

⁷³ Vgl. als Beispiel »Zur Erdbeertorte noch die Sahne«, Rheinische Post vom 21. 4. 1965.

Trotz des großen Interesses an den Daten gab es nur ein einziges Medienformat, das im Vorfeld der Wahl 1965 selber Umfragen in Auftrag gab. Die auflagenstarke Illustrierte *Stern*, die durch Leo Bauer auf Meinungsforschung aufmerksam gemacht geworden war, vergab eine Umfrageserie an das IfD, um in einem »Wahlbarometer« 1965 monatlich zwischen März und September die Sonntagsfrage zu stellen. Dieser Auftrag war aufgrund einer Absprache zwischen dem Bundespresseamt und dem IfD zustande gekommen mit der Intention, daß das Institut die alleinige Interpretationshoheit über die Daten im Heft besaß. In der Artikelserie wurden die Ergebnisse zum ersten Mal mit dicken Balkendiagrammen veranschaulicht sowie ein Übersichtsdigramm zur Entwicklung der Wählergunst seit 1961 dargestellt. Diese für den *Stern* als Illustrierte typische großzügige Visualisierung machte Schule und wurde hiernach auch in anderen Presseerzeugnissen verwendet.⁷⁴ Das Magazin kommentierte sich selber, indem parallel zur letzten Umfrage Leo Bauer über Methode, Geschichte und Nutzung der Meinungsforschung schrieb. Bezeichnenderweise warnte er vor einem Mißbrauch des liebsten »Spiels der Deutschen« mittels gezielter Veröffentlichungen von Daten zur Beeinflussung der Wählermeinung.⁷⁵ Der Artikel bezog sich auch auf das große Interesse an den Daten der Meinungsforschung während des Wahlkampfes. Die Umfragen zeigten ein Kopf-an-Kopf-Rennen an. Doch wurden dieser Aufmerksamkeit gegenüber den Daten auch positive Seiten abgewonnen: »Die Prognosen der Meinungsforschungsinstitute habe in die Wahlkämpfe der Nachkriegszeit einen Akzent gebracht, der die Saalschlachtatmosphäre der dreißiger Jahre nicht ersetzen kann, dafür aber den Vorzug hat, auf garantiert unblutige Weise Spannung zu erzeugen.«⁷⁶ Insgesamt widersprachen sich die Institute jedoch in ihren Aussagen, so daß die unterschiedlichen Ergebnisse anhand der Frage einer gezielten Nutzung einzelner Parteien und der fehlenden Vorhersagemöglichkeit aufgrund des knappen Ausgangs diskutiert wurden.⁷⁷ Die Parteien nutzten diese Daten tatsächlich für ihre Öffentlichkeitsarbeit, hielten sich aber mit Details ihrer eigenen Umfragen zurück.⁷⁸ Die Investition des *Stern* in die Umfragen zahlte sich hier aus, denn die Daten fanden (als Umfrage des *Stern*) überall Eingang in die Debatte.⁷⁹ Aufgrund der unterschiedlichen Ergebnisse bezüglich der Umfragen zu Parteien und Kandidaten zwischen Emnid, dessen Daten aus dem Presseedienst zumeist von der SPD verbreitet wurden, und den IfD-Daten im *Stern* sorgte sich aber auch die Deutsche Gesellschaft für Soziologie um die Meinungsforschung

⁷⁴ Vgl. Ausgaben des *Stern* Nr. 12 bis Nr. 36 mit den im Monatsrhythmus veröffentlichten Daten 1965.

⁷⁵ Leo Bauer/Jürgen von Kornatzki, »Frag mich was!«, *Stern* Nr. 36 vom 5. 9. 1965.

⁷⁶ »Es ist noch alles drin!«, *Bonner Rundschau* vom 27. 7. 1965 (Hubert Nachtsheim).

⁷⁷ Vgl. ebd.; »Meinungsforscher sind sich nicht einig«, *WAZ* vom 24. 6. 1965.

⁷⁸ So übernahm Infas einen Teil dieser Arbeit für die SPD, während die CDU dies teilweise Emnid und später dem SFK überließ.

⁷⁹ Vgl. u. a. »Nur ganz knapper Vorsprung«, *Westfälische Nachrichten* vom 3. 9. 1965.

als Methode und berief einen Untersuchungsausschuß für Wahlprognosen ins Leben, der von dem Wahlforscher Erwin K. Scheuch geleitet wurde.⁸⁰

Zum ersten Mal interessierte sich auch das Fernsehen für Meinungsforschung. So erhielt Infas den Auftrag der ARD, am Wahlabend Hochrechnungen zu erstellen und erste Analysen zu präsentieren. Weiterhin bestand erstmals eine Konkurrenz in der Bundeswahlberichterstattung in Form des seit 1963 sendenden ZDF. Dort wurde Rudolf Wildenmann engagiert, um per Computer Berechnungen durchzuführen und Prognosen vorzuführen, die er zusammen mit DIVO seit 1964 für das ZDF unternommen, aber nicht veröffentlicht hatte. Zudem wurden die Meinungsforschungsinstitute Emnid und das IfD eingeladen, um ihre eigenen Prognosen zu unterbreiten. Die zwei Institute hatten sich darauf verständigt, diese zwei Tage vor der Wahl bei einem Bonner Notar zu hinterlegen. Die Übereinkunft war auf einem internationalen Meinungsforschungskongreß in Irland anscheinend recht kurzfristig Anfang September getroffen worden. Kein weiteres Institut trat dieser Übereinkunft bei. Im Fernsehstudio wurden die hinterlegten Umschläge geöffnet und die Zahlen dargeboten. Die Prognose des IfD wich von der zuvor aufgestellten These des Kopf-an-Kopf-Rennens komplett ab, sagte aber relativ genau den großen Vorsprung der CDU voraus. Was aufgrund der bis in den Tagen vor der Wahl 1965 wiederholten These vom knappen Ausgang zunächst von den Fernsehjournalisten als Scherz wahrgenommen wurde, entwickelte sich im Laufe des Abends zu einem demoskopischen ›Skandal‹. Das IfD widersprach seinen früheren Aussagen eklatant, behielt aber Recht, während Emnid mit der Beibehaltung der sich nun als falsch erweisenden These des Kopf-an-Kopf-Rennens allein dandand und mit der exakten Pattsituation von 45 zu 45 Prozent aufsehenerregend daneben lag.⁸¹ Insbesondere das IfD verstrickte sich durch ein Interview seiner Chefin weiter in eine unübersichtliche Situation, da sie kurz vor der Wahl die zu der Zeit bereits hinfällige Gleichstandthese ohne Richtigstellung weiter vertreten hatte. Später stellte sie klar, daß dieses Interview bereits einige Wochen zuvor gemacht worden, aber erst direkt vor der Wahl publiziert worden war – sie verzichtete aber auf eine Klarstellung, da sie dann die Übereinkunft gebrochen hätte, die ihr, so fürchtete sie, wiederum als Beeinflussung hätte ausgelegt werden können. Der Vorwurf der Beeinflussung war auch vorgeblich der Grund gewesen, warum sie sich auf die Übereinkunft eingelassen hätte; sie sah sich selber durchgängig als Opfer der Medienberichterstattung.⁸² Wil-

⁸⁰ Vgl. zu dem Ausschuß die Angaben in dem Bericht von Otto B. Roegele, »Wahlkampf unter Erhard«, Rheinischer Merkur vom 28. 5. 1965.

⁸¹ Die CDU lag tatsächlich darüber und die SPD erreichte nicht einmal 40%. Vgl. für den Ablauf des Wahlabends: Werner Höfer, »Die Nacht war nicht allein zum Siegen da«, Die Zeit Nr. 38 vom 24. 9. 1965; für die ungläubige Wahrnehmung Noelle-Neumanns Prognose als Scherz vgl. Ulrich Planitz, »Trubel und Trauer«, Christ und Welt vom 24. 9. 1965; für die Beschreibung der Präsentation der Prognosen vgl. auch »Gewerbe auf der Grenze«, Der Spiegel Nr. 40 vom 29. 9. 1965.

⁸² Vgl. u. a. Interview »Krisen-Zeiten sind CDU-Zeiten«, Der Spiegel Nr. 40 vom 29. 9. 1965; Elisabeth Noelle-Neumann, »Entscheidung erst im Wahlkampf«, Die Zeit Nr. 38 vom 24. 9. 1965.

denmann komplizierte die Situation, indem er darauf hinwies, daß seine Umfragen mit DIVO zu keiner Zeit in den Monaten zuvor die SPD mit der CDU hätten gleichauf liegen sehen. Dies qualifizierte ihn als unabhängigen Experten, so daß er von der CDU später die Aufgabe der Wahlanalyse für die Partei angetragen bekam und er 1966 zum Mitglied eines kleinen Beraterkreises Erhards wurde und ihn unterstützte.⁸³ Der Vorfall bot gleichzeitig der CDU den Anlaß, den Vertrag mit Emnid zu kündigen und sich neu auszurichten.⁸⁴

Diese Abweichungen und der plötzliche Prognosewechsel des IfD wurden von der über den Wahlabend berichtenden Presse in Extraseiten verarbeitet, um die Frage nach der politischen Rolle der Demoskopie erneut zu stellen. Während das IfD aufgrund seines Verhaltens in die Kritik geriet, hatten die Medien mit Emnid eher Mitleid, da das Vorgehen des IfD als bewußtes Manöver zur Ausbootung des ärgsten Konkurrenten und als Ausbruch der ›Urfehde‹ zwischen den beiden Instituten gewertet wurde. Bereits 1961 war aus der direkten Konkurrenzsituation eine Auseinandersetzung zwischen dem IfD und Emnid hervorgegangen, als Noelle-Neumann Stackelberg indirekt vorgeworfen hatte, ihre Ergebnisse kopiert und als seine ausgegeben zu haben.⁸⁵ Demgegenüber konnte die positive Bewertung der Leistung der empirischen Sozialforschung, die Infas mit ihrem Hochrechnungsmodell erfuhr, kaum Boden gewinnen.⁸⁶

Der Fernsehabend zur Bundestagswahl 1965 erhielt jedoch eine komplexere Bedeutung, als sich in der direkten Auseinandersetzung um die Prognosen der Meinungsforscher zunächst abzeichnete. In der Folge verschob sich die Wahrnehmung der politischen Repräsentation, vor allem der Vorgehensweise und Motivlagen der medial sichtbar werdenden Politik. Am stärksten stach allerdings die aufgrund des Wahlabends wieder aufflammende Kritik an der Meinungsforschung unter Aufnahme bereits vorhandener und auch im Wahlkampf verhandelter Diskussionsstränge hervor.⁸⁷ Aus der Konstellation des Wahlabends – die mediale Aufmerksamkeit ge-

⁸³ Vgl. V. HENTSCHEL, Erhard, 1996, S. 971.

⁸⁴ Auch die SPD nahm die Unzufriedenheit mit der Arbeit ihres Instituts Infas zur Gelegenheit, sich umzuorientieren, vgl. Kap. 3,3,c.

⁸⁵ Für die Auseinandersetzung um die Emnid-Prognose 1961 vgl. Brief Noelle-Neumann an Stackelberg, Notiz von Glaesser zu den Anwürfen gegen Emnid September 1961, BA B 145/5476. Vgl. für 1965 Ulrich Blank, »Das Zahlenspiel der Meinungsforscher«, SZ vom 22.9.1965, worauf sofort ein Leserbrief Noelle-Neumanns folgte (»Meinungsforscher im Examen«, SZ vom 29.9.1965); »Bielefelder Meinungsforscher durch Bundestagswahlen zweimal geschlagen«, Freie Presse vom 21.9.1965.

⁸⁶ So bestätigte beispielsweise *Der Spiegel* das Urteil der *Bild*-Zeitung, Infas sei der eigentliche »Wahl-nachts-Sieger«: »Schon etwas gewagt«, *Der Spiegel* Nr. 40 vom 29.9.1965.

⁸⁷ Vgl. für die Methodendiskussion aus Anlaß abweichender Umfrageergebnisse »Die Methoden der Meinungsforscher«, SZ vom 4.9.1965; »Meinungsforscher sind sich nicht einig«, WAZ vom 24.6.1965, wobei dort die Erklärung Noelle-Neumanns, die abweichenden Ergebnisse lägen an der Gestaltung des Fragebogens und der Fragen, genutzt wurde. Für den Rückgriff auf Umfragen verschiedener Institute vor der Wahl, die alle der Gleichstandthese widersprochen hatten, vgl. Bernd Nellessen, »Fehler und Irrtümer der Volksbefrager«, und Erwin K. Scheuch, »Drei Fragen an die Demoskopie«, *Die Welt* vom 1.10.1965.

genüber Prognosen, der Fehlschlag und die Aussagen der Politiker sowie die Beteiligung weiterer Institute – ergab sich eine Verschiebung der Diskussion über Meinungsforschung. So wurde, erstens, nun erneut die immer wieder auftauchende Diskussion nach der Erhebungsmethode der Quoten- oder Zufallsstichprobe (Quota vs. Random) aufgegriffen. Sie wurde zugleich als abgeschlossen erklärt, da die beiden einzigen noch mit dem als preiswert, aber veraltet geltenden Verfahren der Quoten arbeitenden Institute diejenigen gewesen waren, die die Meinungsforschung in die Schußlinie gebracht hatten, nämlich das IfD und Emnid, während die anderen Institute bis hin zu Infratest, das nur zu Beginn des Wahlkampfes einmal Zahlen veröffentlicht hatte, herangezogen wurden, um die Exaktheit der Zufallsstichproben zu begründen.⁸⁸ Zweitens wurde in dem Zusammenhang auch die begriffliche Definition einer »Prognose« thematisiert, zumal bis dahin diese Bezeichnung für die Sonntagsfrage generell verwendet worden war. Da der Fehlschlag (insbesondere durch Elisabeth Noelle-Neumann) mit dem zeitlichen Abstand zum Wahltag begründet wurde, schien offensichtlich zu sein, daß bestimmte Maßgaben wie eine möglichst große Zeitnähe zur Wahl gegeben sein müßten. Das IfD verteidigte damit seine Daten gegenüber anderen Behauptungen einer falschen Erhebung über den gesamten Zeitraum.⁸⁹ Drittens wurde erneut die Frage nach der Beeinflussung des Wahlverhaltens durch Daten gestellt, diesmal im Zusammenhang mit dem grundsätzlichen Verhalten der Meinungsforscher. Hier forderte der zu der Zeit noch nicht als unseriös geltende Günter Wickert, ein Abkommen zwischen den Instituten zu treffen, daß eine Veröffentlichung von Daten in einem bestimmten Zeitraum vor der Wahl verhindere. Das Prognoseverbot wurde bereits am Wahlabend diskutiert und dann auch von anderen Meinungsforschern aufgenommen, wenn auch nicht so prominent wie Günter Wickert es in der *Zeit* tat.⁹⁰ Doch zunächst einmal wurden, viertens, die Folgen des Wahlabends ausgiebig in den Medien thematisiert und auf ganz unterschiedlichen Foren vor einer immer sehr interessierten Zuhörschaft zur Debatte gestellt, so daß die Betroffenen sich verschiedentlich erklären konnten.⁹¹ Auch

⁸⁸ Vgl. Rudolf Wildenmann, »Die CDU lag immer vorn«, Die Zeit Nr. 38 vom 24. 9. 1965; Johannes Groß, »Sündenböcke gesucht«, Christ und Welt vom 24. 9. 1965.

⁸⁹ Dem widersprach Erwin K. Scheuch in seinen Überlegungen dezidiert: »Drei Fragen an die Demoskopien«, Die Welt vom 1. 10. 1965. Der Prognosestichtag für das IfD war der 13. 09. gewesen, während Emnid bereits am 07. 09. seine Umfrage im Feld so gut wie beendet hatte (endgültiger Stichtag war der 11. 09.). Vgl. insbesondere den Vorschlag von Elisabeth Noelle-Neumann, »Entscheidung erst im Wahlkampf«, Die Zeit Nr. 38 vom 24. 9. 1965.

⁹⁰ Vgl. »Keine Wahlprognosen mehr?«, Interview Werner Höfer mit Günter Wickert, Die Zeit vom 22. 10. 1965; Klaus von Dohnanyi und Rainer M. Lepsius auf einer Podiumsdiskussion in der Münchener Universität, »Manipulation der Wahl?« und »Meinungsforscher im Kreuzfeuer« (Rüdiger Dillo), Stuttgarter Zeitung und Die Welt vom 7. 10. 1965.

⁹¹ Interviews mit den beiden demoskopischen Protagonisten: Elisabeth Noelle-Neumann, »Krisen-Zeiten sind CDU-Zeiten« und Karl-Georg von Stackelberg, »Meinungsforscher und Feststeller«, Der Spiegel Nr. 40 vom 29. 9. 1965; Beiträge von den beiden in der Zeit Nr. 38 vom 24. 9. 1965 unter der Überschrift »Haben die Demoskopien versagt?«; Noelle-Neumann, »Entscheidung erst im Wahlkampf« und Stackelberg, »Die SPD verlor im Finish« (außerdem dabei: Rudolf Wildenmann: »Die CDU lag immer vorn«).

kamen verstärkt Sozialwissenschaftler aus dem universitären Bereich als Experten zu Wort, wie insbesondere Rudolf Wildenmann und auch Scheuch. Letzterer mischte sich als Vorsitzender des von der DGS zuvor eingesetzten Methoden-Ausschusses ein, den Noelle-Neumann schon bald mit der Begründung verließ, daß Scheuch sich angeblich nicht an Vereinbarungen halte und seine Arbeit in einem Ausschuß zu Methodenfragen nicht erledige.⁹² In dieser Hinsicht beförderte die stark beachtete Fehlprognose die Präsenz der Sozialwissenschaftler in den Medien, die entweder über den Umweg von Podiumsdiskussionen in die Medien kamen oder gleich direkt für die Presse schrieben.⁹³

Auf diese Weise wurden die verschiedenen Dimensionen der Auseinandersetzung um die Wissenschaftlichkeit der Meinungsforschung und ihrer Institute, deren Verhalten sowie methodischen Fragen in die Tagespresse transportiert. In den Beiträgen wie auch in der herkömmlichen Berichterstattung verbanden sich Fragen der demoskopischen Vorhersage mit den Analysen des Wahlergebnisses, indem Überlegungen zur Wirksamkeit der demoskopisch angeleiteten Wahlwerbung der Parteien angestellt wurden. So mischte sich eine weitere Popularisierung des demoskopischen Wissens – wenn zum Beispiel genauere Beschreibungen der Wechselwähler gegeben wurden – mit soziologischen Erklärungsansätzen durch Aussagen zum sozialpsychologischen Profil und zur Zunahme der Wechselwählerschaft als Folge der Angleichung der Parteien. Diese Erläuterungen fanden sich nicht nur in den bundesweit erscheinenden Zeitungen. Bis hinunter in die Lokalpresse wurden die Wähler über Annahmen zu ihrem eigenen typischen Wahlverhalten und deren Hintergründen »aufgeklärt« und entsprechende Erklärungen angeboten, wie zum Beispiel der aus dem Sozialprestige heraus erklärte Wunsch, nicht zur Arbeiterschaft zu zählen und deshalb auch nicht die SPD wählen zu wollen.⁹⁴ Diese Überlegungen zum Zusammenhang von Wechselwählerschaft und dem Versuch der Parteien, eben diese anzusprechen, paßten zu dem fünften und folgenschwersten Diskussionspunkt nach der Wahl, dem Manipulationsvorwurf. Als der Geschäftsführende Vorsitzende der

⁹² Vgl. Erwin K. Scheuch, »Drei Fragen an die Demoskopien«, Die Welt vom 1. 10. 1965; »Fragen im Omnibus«, Der Spiegel Nr. 20 vom 12. 5. 1965. Vgl. Brief Noelle-Neumann am 20. 6. 1966 an den Vorsitzenden des Methodenausschusses der DGS, Prof. Dr. Anger, AdSD PV 2558.

⁹³ Vgl. u. a. Erwin K. Scheuch, »Wachsender Wohlstand hilft der SPD«, Der Spiegel Nr. 42 vom 13. 10. 1965; über Gerhard Schmidchen vor der wirtschaftspolitischen Gesellschaft (und gegen Karl-Hermann Flach), »Fragen an die Demoskopie«, FR vom 23. 10. 1965; über Heinrich Klein (Infas) beim DGB in Bonn, »Führte die falsche Methode zur falschen Wahlprognose?«, Bonner Rundschau vom 15. 10. 1965; über Elisabeth Noelle-Neumann und Rudolf Wildenmann auf einer Tagung in Loccum (»Die Bundesrepublik nach der Wahl«): »Fragen nach dem Fiasko der Demoskopie«, Badische Zeitung vom 5. 11. 1965; über Erwin K. Scheuch vor dem Sozialdemokratischen Forum in Bremen: »Meinungsforschung für Politik und Wirtschaft«, Weser-Kurier vom 7. 2. 1966.

⁹⁴ Vgl. u. a. »Brandts Verzicht«, Leverkusener Anzeiger vom 24. 9. 1965; für eine bis ins Detail gehende Analyse des Wählerverhaltens vgl. z. B. »Den Ausschlag gaben die Unentschlossenen«, Christ und Welt vom 24. 9. 1965. Als die größte und mit Literaturangaben ausgestattete Übersicht in bisheriger Wahlsoziologie und Wahlkampfgeschichte der Bundesrepublik entpuppte sich »Einer gegen 248«, Der Spiegel Nr. 39 vom 22. 9. 1965; der Beitrag von Scheuch verstärkte die wahlsoziologische Interpretation: »Wachsender Wohlstand hilft der SPD«, Der Spiegel Nr. 42 vom 13. 10. 1965.

CDU, Hermann Joseph Dufhues, am Wahlabend im Fernsehen erklärte, er habe von den richtigen Prognosen gewußt und sie als Taktik eingesetzt, warf der FDP-Vorsitzende den Demoskopien und Politikern »Manipulation« vor, was das Stichwort für viele Berichte abgab. Später bestätigte Elisabeth Noelle-Neumann die Vermutung, daß die CDU zuvor über den Wechsel in ihrer Prognose Bescheid gewußt habe.⁹⁵

Die Medien mußten mit Blick auf die sich nach der Wahl abspielende Auseinandersetzung feststellen, daß frühere Annahmen, die Parteien veröffentlichten immer die für sie günstigsten Zahlen, so nicht stimmten. Die zutage getretene Demoskopiegläubigkeit der Parteien und Politiker fiel jedoch auch auf die Presse selbst zurück, die schließlich diese Zahlen fleißig abgedruckt hatte. Sie verarbeitete diese Erfahrung allerdings in der Negierung einer möglichen eigenen Verantwortung, indem die Versäumnisse und Machenschaften der Parteien aufgedeckt wurden. Als prominentes Beispiel diente die Kopf-an-Kopf-Aussage: So habe die CDU auf den Mobilisierungseffekt aller Stammwähler und SPD-ablehnender Wähler gesetzt und deshalb die Prognose noch aufrecht erhalten, als sie es längst »besser wußte«, während die SPD entweder gutgläubig oder ebenso täuschend diese These ebenfalls vertreten habe in der Absicht, einen Mitläufereffekt zu erzielen, das heißt den Glauben an die »Regierungsfähigkeit« der SPD damit unter Beweis zu stellen und damit eine Zustimmungsdynamik auszulösen. Dabei wurde die SPD immer mit den Zahlen von Emnid in Verbindung gebracht, da sie diese präsentiert hatte. Infas wurde weitgehend ignoriert, weil es keine Sonntagsfrage veröffentlicht hatte.⁹⁶ Im Effekt wurde unter »Manipulation« nicht nur die Produktion gewünschter Daten durch die Institute verstanden, sondern eine gezielte Beeinflussung von Wählern jenseits der Argumentation mit Hilfe der Veröffentlichung spezifischer Daten, von denen die Parteien glaubten, sie wirkten auf die Meinungsbildung der Wähler, in diesem Beispiel die Gleichstandsthese. Manipulation der Daten selber wurde zugunsten der Institute in den verschiedenen Beiträgen dazu ausgeschlossen.⁹⁷ Das Stichwort von der Manipulation beherrschte im folgenden die Kritik an der Meinungsforschung als Kurzformel für eine unkontrollierbare, da im geheimen stattfindende Meinungsforschung seit der Bundestagswahl 1965.⁹⁸

Im Rahmen der Diskussion entfalteten Meinungsforscher ihre eigene Agenda. So sah der Chef der Wickert-Institute, Günter Wickert, der wenige Monate zuvor seine ehemalige Arbeitgeberin Elisabeth Noelle-Neumann wegen Verleumdung verklagt hatte, seine Chance, eigene Prognosezahlen zu präsentieren und damit in den Markt der politischen Meinungsforschung, auf dem er bis dahin noch keinen Fuß hatte

⁹⁵ Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, »Entscheidung erst im Wahlkampf«, Die Zeit Nr. 38 vom 24.9.1965.

⁹⁶ Vgl. für die Ausnahme Ulrich Blank, »Das Zahlenspiel der Meinungsforscher«, SZ vom 22.9.1965.

⁹⁷ Vgl. u. a. Erwin K. Scheuch, »Drei Fragen an die Demoskopien«, Die Welt vom 1.10.1965 – darin verband er vielmehr die Manipulation mit den Veröffentlichungen der Parteien.

⁹⁸ Vgl. »Manipulation der Fragebogen?«, Vorwärts vom 17.7.1969.

fassen können, vorzustoßen.⁹⁹ Er drang darauf, daß zunächst einmal die Institute ihre finanziellen Zusammenhänge mit den Parteien offen legen müßten; ähnliche Aussagen nutzte er als Abwehr gegenüber den Forderungen des Untersuchungsausschusses, Informationen über die Arbeitsweise seines Instituts preiszugeben.¹⁰⁰ Auf diese Weise wurde die Aufmerksamkeit auf die Informationspolitik der Institute und der Parteien als gemeinsame Vorgehensweise gelenkt. Das stellte die Demoskopie unter den Generalverdacht der gezielten Beeinflussung durch die Zusammenarbeit zwischen Demoskopie und Politik. Der Vorwurf der Manipulation auf Grundlage einer engen finanziellen Verflechtung und der sich daraus ergebenden Abhängigkeit der Institute wurde damit erstmals deutlich in der Debatte des Feuilletons hervorgehoben. Der Vorwurf war zuvor nur in der Fachdebatte angesprochen worden.¹⁰¹ So wurden zwar die Demoskopen bezichtigt, entsprechend ihrer Parteineigung Aussagen getroffen zu haben, zugleich wurden aber auch die politischen Akteure zu Opfern der Meinungsforschung erklärt, weil sie sich auf deren Angaben verlassen hätten. Im Anschluß daran zerfiel die zuvor mühsam aufgebaute Verteidigungshaltung der Demoskopen, sie seien nur für die Lieferung des Materials zuständig und sonst nichts. Während es der CDU angekreidet wurde, daß sie bewußt manipuliert hatte, warf man der SPD Gutgläubigkeit vor, da sie sich auf die demoskopische Imageberatung Willy Brandts verlassen habe, was ihn zu einer unechten Figur habe werden lassen.¹⁰² Auch innerhalb der SPD brach eine Diskussion über die Unterwerfung unter das Diktat der Meinungsforscher aus, die auch öffentlich im *Vorwärts* und in der *Neuen Gesellschaft* geführt wurde – der Wechsel von Infas zu Infratest als Hausinstitut der SPD ist sicherlich auch in diesem Zusammenhang zu sehen.¹⁰³ Jedoch war der eigentliche Tenor der Berichte, daß die politischen Akteure es eigentlich hätten besser wissen müssen und sich von Umfrageergebnissen nicht beeinflussen lassen sollten. Dadurch wurde wiederum die Erwartungshaltung an die politischen Akteure, Führung zu beweisen, erneuert. Dieser Vorwurf wurde nicht nur an die Parteipolitiker gerichtet, sondern auch an den Bundespräsidenten Heinrich Lübke, der bereits vor der Wahl in einem Brief von einer Großen Koalition ausgegangen war in der Annahme, daß keine klare Mehrheit für eine Partei zustande

⁹⁹ Es ging um einen Leserbrief Noelle-Neumanns in der *Welt* vom 24. 4. 1965 (»Ist Meinungsforschung stichhaltig?«). Darin hatte sie sich über die fehlende Seriosität bestimmter Institute ausgelassen und ein in den Medien berichtetes Ergebnis genannt, das Wickert produziert hatte. Zur Klage vgl. »Jeder errechnet andere Prozente«, Rheinische Post vom 12. 5. 1965.

¹⁰⁰ Seine Aussage wurde vielfach wiedergegeben: Vgl. Gerhard Mauz, »Die Bundesrepublik hat neue Dunkelmänner«, Der Spiegel Nr. 38 vom 15. 9. 1965; Ulrich Blank, »Das Zahlenspiel der Meinungsforscher«, SZ vom 22. 9. 1965.

¹⁰¹ Vgl. für die Ansprache beispielsweise von Rudolf Wildenmann als »Vermischung« von Interessen: »Die CDU lag immer vorn«, Die Zeit Nr. 38 vom 24. 9. 1965.

¹⁰² Vgl. Johannes Groß, »Sündenböcke gesucht«, Christ und Welt vom 24. 9. 1965; für das Brandt-Image als »Phantom« vgl. Aussage Rudolf Wildenmanns in einer Diskussion: »Theo Burauen bremsste Erhard«, Kölner Stadtanzeiger vom 23. 9. 1965.

¹⁰³ Die Debatte wurde wiederum zurückgespeist in die allgemeine Diskussion. Vgl. Ulrich Planitz, »Selbstbetrug«, Christ und Welt vom 26. 11. 1965.

kommen würde.¹⁰⁴ Nach der Argumentation der Kritiker machten sie sich moralisch schuldig, wenn sie den Demoskopien folgten. Demgegenüber galt für das Wahlvolk die Manipulationsannahme. Es wurde von der Anforderung, mit den Umfragen selbstentscheidend umgehen zu können, ausgenommen. Vordergrundig bestand die Annahme der Manipulation dabei in der gezielten Streuung eines spezifischen Teils der Information, der zu einer bestimmten Meinungsbildung führe. In diesem Sinne wiederholte die Berichterstattung diese Annahme der möglichen oder tatsächlichen gezielten Einflußnahme und schrieb damit die Wirkungsweisen nachlesbar für die Wähler fest.¹⁰⁵ Es wurden weiterhin doppelte Maßstäbe für die Anforderungen an den Umgang mit Meinungsforschung an Wahlvolk und Parteieliten gestellt, indem unterschiedliche Erwartungen produziert wurden. Während von politischen Akteuren erwartet wurde, sich nicht durch Demoskopie korrumpieren zu lassen, wurde das Wahlvolk als führungsbedürftig und als unfähig erachtet, auf Grundlage von vorliegenden Informationen selbst zu entscheiden, obwohl der Wähler mehr Möglichkeiten zur Orientierung als jemals zuvor gehabt hatte.¹⁰⁶

Auf den ersten Blick entwickelte sich die Debatte über die Meinungsforschung damit kaum, nachdem die Eckpunkte mit der Kritik 1956/57 aufgestellt worden waren. Aber sie besaß eine katalysatorische Funktion für die mediale Verarbeitung. Dem Wahlabend 1965 kam dabei die Funktion einer Initialzündung zu, denn im Anschluß an ihn begannen die Medien, sich noch intensiver mit der Demoskopie zu beschäftigen. Die Debatte darum war ähnlich zu der Verarbeitungslogik, die als Reaktion auf die Fehlprognose in den USA 1948 zu beobachten war, verlaufen.¹⁰⁷ Indem die Debatte und die gesteigerte Aufmerksamkeit das Wissen über Demoskopie popularisierten, fungierte diese Popularisierung als diskursives Ereignis: Sie verschob die Wahrnehmung der Meinungsforschung. In keiner Weise wurde Meinungsforschung als Beobachtungsinstrument an sich mehr infrage gestellt, was sich in der Bundesrepublik bereits vor der Wahl 1965 in der Debatte andeutete. Aufgrund der durch die Kritik ausgelösten Irritationen verstärkte sich das Interesse der Medien an der Demoskopie und differenzierte die Berichterstattung aus. Die mediale Beobachtung erweiterte sich, reflektierte die Bedingungen und Absichten der Entstehung und des Einsatzes der Meinungsforschung und beäugte sie zunehmend mißtrauisch, ohne auf die Abbildung der Daten zu verzichten. Damit entschied sich der Kampf um die Deutungshoheit zwischen ›alter‹ und ›neuer‹ öffentlicher Meinung recht pragmatisch, indem sich letztere als Beschreibungspraxis der politischen Sphäre in den Medien etablierte. Demnach ging es nur um (methodische und nutzungsbedingte) Details der Meinungsforschung, nicht mehr um ihren Status an sich.

¹⁰⁴ Vgl. Bernd Nellessen, »Fehler und Irrtümer der Volksbefrager«, Die Welt vom 1. 10. 1965.

¹⁰⁵ Vgl. dafür u. a. Rolf Zundel, »SPD – wählbar, aber nicht gewählt«, Die Zeit Nr. 38 vom 24. 9. 1965; »Verspielte Unschuld«, Stuttgarter Zeitung vom 25. 9. 1965.

¹⁰⁶ Vgl. dazu »Der Wähler«, Der Spiegel Nr. 38 vom 15. 9. 1965.

¹⁰⁷ Vgl. für die USA F. KELLER, Archäologie der Meinungsforschung, 2001, S. 47ff.

3. Die mediale Verselbständigung der demoskopischen Repräsentation 1966–1977

Nachdem sich die Debatte über die Rolle der Meinungsforschung im Wahlkampf 1965 gelegt hatte, wurden Umfragen umso stärker in Anspruch genommen. Die Beschreibung der politischen Situation der Bundesrepublik war mit der sich ausbreitenden Darstellung der Trendumfragen als Abbildung der politischen Situation in Zahlen etabliert. Mit dem bevorstehenden Wahlkampf 1969 verband sich eine alle Beteiligten überraschende Entwicklungsdynamik in den Medien. Die daran anschließende Transformation der medialen Nutzung der Meinungsforschung verlief in heftigen Auseinandersetzungen zwischen allen Beteiligten – politischen Akteuren, Demoskopern, Medien. In der Entwicklung lassen sich zwei nochmals kleinere Phasen der Entwicklung unterscheiden, die im folgenden hinsichtlich der unterschiedlichen Nutzung und Wahrnehmung der Demoskopie sowie der Fortschreibung der Kritik untersucht werden.

a) *Die Entfaltung einer neuen Dynamik medialer Verarbeitung 1966–1972*

Die Parteien hatten nach dem Wahlergebnis 1965 und der fälschlich angenommenen Reaktionsweise der Wähler aus der Kritik an der Nutzung der Meinungsforschung heraus Überlegungen angestellt, wie im weiteren mit Umfragen und deren Berichterstattung umzugehen sei. Beide Parteien hatten Abstand von Instituten genommen, die Umfrageergebnisse veröffentlichten. Infas veröffentlichte zwar keine Sonntagsfrage (zumindest nicht in der exakten Form) und brachte auch keine monatlichen Aktualisierungen zur Trendentwicklung. Allerdings ging das Institut mit Einzelthemen und Sonderuntersuchungen an die Presse, welche seine sozialwissenschaftliche Betätigung herausstellten und auch politisch heikle Fragen berührten.¹ Daneben verärgerte es aber auch seinen Auftraggeber. Infratest veröffentlichte gar keine Ergebnisse; dies gehörte zur Unternehmensstrategie. Die CDU stieg 1966 von Emnid auf Institute um, die sich ebenfalls mit der Veröffentlichung von Ergebnissen zurückhielten und schlug einen bewußt wissenschaftlichen Weg ein, den sie auch öffentlich zu untermauern suchte. Dafür waren ausgewählte Journalisten zu der Auswertungstagung der CDU hinzugebeten worden.²

Allerdings meldete 1966 das Bundesministerium des Innern wohl noch im Nachgang zu der Wahl seine Bedenken gegenüber dem Einfluß von Wahlprognosen auf die Wählerschaft an und bestellte die Institute IfD, Emnid, DIVO, Infas und Infratest ins Ministerium ein. In diesem Vorgang manifestierte sich eine Veränderung der

¹ Vgl. u. a. zu einer Studie zur NPD-Wählerschaft »Die Herkunft der NPD-Anhänger«, FAZ vom 4. 4. 1967; »NPD verlor viele Anhänger«, Kölner Stadtanzeiger vom 14. 3. 1967. Bei Umfragen fielen auch Erkenntnisse an, die als Einzelmeldungen gebracht wurden wie »Wahlversammlungen behalten ihren Effekt«, FAZ vom 27. 4. 1967.

² Vgl. Günther Gillessen, »Wahlkämpfe brauchen neue Strategie«, FAZ vom 12. 3. 1966; Klaus Rudolf Dreher, »Der Wechselwähler unter der Lupe«, SZ vom 12. 3. 1966. Vgl. für die Gründung des WIKAS und die Entwicklung der Demoskopie Kap. 2.3.

Wahrnehmung und der Bedeutungszumessung der Demoskopie. Im Ergebnis wurden dann zwar die bereits kursierenden Überlegungen zu einer gesetzlichen Regelung beiseite gelegt, aber nicht ausgeräumt.³ Für die Bundestagswahl 1969 einigte man sich deshalb nach einem Verzicht auf gesetzliche Maßnahmen innerhalb des ADM auf ein (nicht unumstrittenes) Veröffentlichungsverbot von Wahlprognosen ab zehn Wochen vor der Wahl. Diese Abmachung betraf auch die Parteien, wollten sie nicht die professionelle Existenz des beauftragten Instituts aufs Spiel setzen.

Leidträger der gesamten Entwicklung war Emnid, das die Folgen der Fehlprognose deutlich verspürte. Verträge wurden gekündigt, seine Einnahmen brachen ein und es wurde ein Jahr von seinem Begründer an den Betreiber des reinen Markt- und Konsumforschungsinstituts ifak verkauft.⁴ Die anderen Institute wiesen keine derartigen Nachwirkungen auf. Regelmäßig lieferten im Grunde DIVO, Emnid und das IfD Umfragen an die Medien. Die Institute mit Parteiauftrag publizierten zögernd und stärker selektiv. Emnid und DIVO wurden weiterhin vom Bundespresseamt für diese Umfrage bezahlt, während DIVO zusammen mit Rudolf Wildenmann politische Meinungsforschung im Auftrag verschiedener Ministerien und des ZDF betrieb. Die Wahlforschung für das ZDF begann jedoch erst im direkten Vorfeld des Wahlkampfes 1969, so daß bis dahin Emnid und das IfD das Trendumfragenfeld in den Medien beherrschten. Zusätzlich schloß das IfD 1968 eine Kooperation mit dem *Spiegel* ab, in dessen Folge insbesondere im Wahlkampf Übertragungen der Daten auf andere Presseerzeugnisse ähnlich wie 1965 beim *Stern* erfolgten. Außerdem übernahm *Der Spiegel* in der Präsentation der IfD-Umfragen den Stil der Visualisierung in einfachen Balkendiagrammen, so wie der *Stern* es vorgemacht hatte.⁵ Trendumfragen waren insbesondere nach der Bildung der Großen Koalition jedoch umso gefragter. Die Berichterstattung über die Popularität von Politikern und die Bewertung der Parteien in Form der Sonntagsfrage nahmen in der Presse deutlich zu.

Die Meinungsforschung hatte sich inzwischen so tief in das medial verbreitete Bild der Politik eingeschrieben, daß es zu einer Selbstverständlichkeit wurde, die Entscheidungen der Bundesregierung in der Großen Koalition und deren Handlungsspielräume anhand der Bewertungszahlen zu beschreiben und zu analysieren.⁶ Die Medien berichteten Ende der sechziger Jahre auf der Grundlage der Umfragedaten die Lage und überlegten davon ausgehend die weitere Vorgehensweise und die

³ Vgl. »Der Innenminister prüft den Einfluß von Wahlprognosen«, FAZ vom 27. 5. 1966; auch »Abstimmung an der Haustür«, *Der Spiegel* Nr. 32 vom 4. 8. 1969.

⁴ Emnid hatte 1966 200 000 DM Verlust gemacht, als der ehemalige Emnid-Mitarbeiter Andreas Ketels von ifak mit 51% hauptsächlicher Anteilseigner wurde; den Rest behielt ein 1960 eingestiegener Kompagnon, ein Rechtsanwalt aus Bielefeld, der nichts mit dem Betrieb des Instituts zu tun hatte. Vgl. auch »So was wie Emnid«, *Der Spiegel* Nr. 28 vom 4. 7. 1966.

⁵ Für die Übernahmen in anderen Zeitungen vgl. beispielsweise FR am 29. 7. 1969 und Christ und Welt am 1. 8. 1969; Elisabeth Noelle-Neumann schrieb auch eigene Beiträge für den *Spiegel*: »Völlig veränderte Atmosphäre«, Nr. 32 vom 4. 8. 1969.

⁶ Vgl. »Grüne Minna«, *Der Spiegel* Nr. 32 vom 5. 8. 1968.

Möglichkeiten der Parteien zur Stimmenmaximierung.⁷ Grundlage der Erzählweise war die Annahme, daß die Zahlen die Situation wiedergaben und auch die Parteien diese Zahlen ernst nahmen und diese als Ausgangslage ihrer Überlegungen dienten.⁸ Darin enthalten war auch die Annahme, daß beide Parteien die Zahlen kannten, also die Situation an Komplexität gewann, weil nicht mehr nur eine Partei glauben konnte, die entscheidenden Zahlen allein zu kennen. So gingen auch Kommentatoren von der Annahme aus, daß Umfragen sich nicht nur einfach auf die Taktiken der Parteien auswirkten, sondern auch auf die gegenseitige Wahrnehmung der Parteien und das daran angepaßte Verhalten. Damit war jedoch das beständige Verhalten angesprochen; demoskopische Beobachtung war nicht mehr allein zu Wahlzeiten von Interesse.

Die polysemische Struktur der Umfrageergebnisse erlaubte eine Vielzahl an Reaktionsmöglichkeiten. Dies anerkennend, wandelte sich der Umgang mit Umfrageergebnissen zu einer differenzierteren Reaktions- und Handlungsweise auf Seiten von Presse und Parteien. Es bedeutete aber keinesfalls einen Rückgang der Beschäftigung mit Umfragen und insbesondere keinen Rückzug aus dem öffentlich sichtbaren Umgang damit. Umgesetzt und relevant wurde diese Umgangsweise im Wahlkampf 1969, zu dessen Beginn die Parteien wiederum etwas über ihre Planung und ihre demoskopischen Grundlagen preisgaben.

Die Berichterstattung über die einzelnen Planungen und demoskopischen Erkenntnisse ließen frühzeitig sowohl die Ausmaße als auch die Perspektiven für den Wahlkampf 1969 erkennen.⁹ Die demoskopischen Grundlagen traten noch stärker in den Daten in spezifischen Beiträgen hervor und verdeutlichten die darauf aufbauenden Strategien. Insgesamt differenzierten sich die Vorbereitungen auf den Wahlkampf in ihrer Darstellung stark aus. Der Blick auf die ›technische Seite‹ der Politik, die Mechanismen von Organisation und Produktion des Wahlkampfes waren noch 1961 und 1965 unter einem Gesichtspunkt der Werbung zusammengefaßt worden. Dies verselbständigte sich zu eigenen Hintergrundberichten über Wahlkampfmanager und insbesondere ihre Werbeteams, so daß wiederum Wissen über die Mechanismen der Darstellung von Politik als Werbung im Wahlkampf produziert und

⁷ Auf diese Weise konnte eine regionale Tageszeitung wie der Ruhr-Anzeiger die Zahlen vorstellen, kommentieren und Tipps geben, daß die Parteien auf bestimmte Zahlen achten und sie in bestimmter Hinsicht nutzen sollten: Vgl. »SPD führt«, Ruhr-Anzeiger vom 22. 8. 1967.

⁸ Vgl. z.B. »Ein Punkt mehr für die Düsseldorfer SPD-Köpfe«, Essener Tageblatt vom 27. 8. 1968. Darin war von zwei Umfragen die Rede, wonach der »kleine Mann« sich benachteiligt sehe, so daß sich nun die Landesebene um eine Rückgewinnung der Gunst der enttäuschten Wähler bemühen wolle.

⁹ Vgl. stellvertretend die sicherlich ausführlichste Berichterstattung dazu im Spiegel: »Ruhe und Geborgenheit«, Nr. 41 vom 7. 10. 1968 (Zahlen der Infratest-Tochterfirma Trend, Empfehlungen); »Hirnlosigkeit heute«, Nr. 23 vom 2. 6. 1969 (zu ›internen‹ Umfragen von SPD und CDU); »Abstimmung an der Haustür«, Nr. 32 vom 4. 8. 1969 (Infratest und seine Empfehlungen). In der Tagespresse finden sich diese Angaben weniger ausführlich: »Die SPD rechnet mit einem Klimawechsel unter den Wählern«, Freie Neue Presse vom 28. 3. 1969; »Das Portrait des Kanzlers ist die entscheidende Waffe der CDU«, Die Welt vom 5. 10. 1969; »SPD setzt auf Schiller und Frauen«, WAZ vom 9. 8. 1969.

gleichzeitig Werbung im Sinne einer Politisierung betrieben wurde.¹⁰ Auf diese Weise wurde auch die Trennung von Demoskopie und Werbeberatung vollzogen, deren Verbindung sich bei den Parteien von dieser Zeit auflöste.

Zahlen wurden von der SPD in der Öffentlichkeit als zuverlässig und brauchbar kommentiert, als die Wähler positiv oder negativ stimmend. Daten wurden mit der Absicht zitiert, sie als Argument anzuführen oder um sie skeptisch zu beurteilen. Letzteres fand sich bei den im Wahlkampf 1969 oft voneinander abweichenden Daten sehr häufig, zumal die Lehre aus dem Wahlkampf 1965 gezogen worden war, sich nicht auf eine Deutung der Situation und ihrem beabsichtigten Effekt festzulegen. In diesem Sinne wurden frühe Prognosen, wie zum Beispiel von Rudolf Wildenmann genannte Daten, oder auch eine im *Spiegel* erschienene, von allen anderen Umfragen abweichende Sonntagsfrage des IfD, die die SPD sogar in Führung sah, bezweifelt und skeptisch dazu Distanz genommen. Wischnewski bemühte sich in Interviews und Pressemitteilungen, diese von Wildenmann mit DIVO im Rahmen einer erneuten Wahlforschungsstudie für das ZDF präsentierten Zahlen als unglaubwürdig darzustellen. Insbesondere das Interview Rudolf Wildenmanns mit der Zeitung *Die Welt* und die darin abgegebenen Schätzungen des Wählerpotentials der NPD und eines Kopf-an-Kopf-Rennens von SPD und CDU wurden nach innen bis ins Präsidium hinein thematisiert, sogar Infratest um eine Stellungnahme dazu gebeten, da Wildenmann zuvor auch mit dem Institut zusammengearbeitet hatte. Nach außen wurde es wiederum von Wischnewski thematisiert.¹¹ Die Parteimitglieder wurden darüber genau informiert und mit Argumentationsschützenhilfe versehen. An die Wahlhelfer (nicht nur Mitglieder) gingen regelmäßig Info-Blätter (neben Angaben zu Zielgruppen mit Definition und Zusammensetzung) mit Warnungen bezüglich der demoskopischen Befunde: »Die Kopf-an-Kopf-Legende«. ¹² Darin wurde insbesondere an die Prognose des IfD erinnert und damit die Erinnerung an die Wahl 1965 wach gehalten. So wurde beständig über Umfragen informiert und deren Umstände kommentiert, um die Unzuverlässigkeit der Daten herauszustellen und unter den Vorzeichen der Aufklärung dagegen zu mobilisieren.¹³ Die Parteien beobachteten die Medien und deren Präsentation von Umfragen demnach sehr genau. In diesem Zusammenhang machten sich erneute Manipulationsängste politischer Akteure bemerkbar, wobei sie die Instrumentalisierungsmöglich-

¹⁰ Vgl. z.B. »Hirnlosigkeit heute«, Der Spiegel Nr. 23 vom 2. 6. 1969; »In der SPD ist die Lage der Öffentlichkeitsarbeit schlechter als erwartet«, Die Welt vom 20. 8. 1969. Die Berichte dazu drangen auch in bis dahin gar nicht politisch interessierte Blätter vor wie z.B. *M – Das Männermagazin* (»Die Stimmenfänger von Bonn«, M Nr. 9/1969).

¹¹ Vgl. Pressemitteilung mit Wortlaut eines Interviews für die »Rundschau am Sonntag«, 10. 5. 1969. Zur Ablehnung der IfD-Zahlen vgl. »Strategie für die letzte Phase vorgelegt«, Westfälische Rundschau vom 22. 8. 1969 (beide in ZASS II, 2–2 b4d3). Auch die parteinahen Organe beschäftigte das: G. VOGT, Umgang mit Wahlprognosen, 1969; für interne Diskussion über Wildenmanns Äußerungen und die Stellungnahme von Infratest dazu in der PV-Sitzung am 16. 5. 1969; eine weitere Thematisierung erfolgte am 11. 6. 1969 im Präsidium.

¹² Info-Blatt, »Wen sprechen wir an?«, ZASS II 2–2 d3b4.

¹³ Vgl. beispielsweise »Vorsicht! Meinungsumfrage«, Blitzinformation Nr. 10, 22. 9. 1969.

keiten seitens der Medien als Kontrollverlust über die Deutung der politischen Lage ansahen.

Die CDU bezweifelte die medial verbreiteten Trenddaten ebenfalls, aber ihre Handlungen wurden als Reaktion der Unsicherheit und damit der Schwäche, also fehlende Führungskompetenz, bewertet. Die CDU legte den Start ihres Wahlkampfes terminlich nach vorne. Es wurde in der Presse ausführlich über die Reaktion Kiesingers, der in dem Zusammenhang oft als »extrem demoskopiegläubig« beschrieben wurde, auf die Daten berichtet. Die Berichte über den »dünnhäutigen« Kanzler und seine Sensibilität gegenüber den Daten sowie die Veränderung des Wahlkampfplans breiteten sich in dieser Deutung in einer Art Schneeballsystem aus.¹⁴ *Der Spiegel* konnte diese Situation wenige Tage nach dem Bekanntwerden der Daten zu einem Kopf-an-Kopf-Rennen weiter fördern, da das IfD als einziges Institut die SPD in Führung sah.¹⁵ Die negativen Umfragewerte wurden in der Presse als Grund für eine veränderte Wahlkampfplanung gesehen, in einer reflexiven Deutung jedoch als bössartiger Trick zur Überzeugung noch schwankender Wähler ähnlich den Vorgängen von 1965 ausgelegt.¹⁶ Ähnlich erging es der SPD. Sie wollte sich insbesondere gegenüber den Medien kein zweites Mal in eine einseitige Deutungssituation begeben. In diesem Sinne begegnete die SPD Aussagen zu vorgeblichen Kopf-an-Kopf-Rennen mit Ablehnung, also dem Versuch, sich mit einer Zurückweisung der Daten Führung anzueignen.¹⁷ In den Medien wurde dieses Verhalten entsprechend gedeutet.¹⁸ Den vorgelegten Zahlen wurde überall mißtraut.

Alles in allem variierten die Deutungen von Umfragen stärker und wiesen einen deutlichen Differenzierungsprozeß auf, in dem die Medien eine eigenständige Deutungsfunktion auch für demoskopische Zahlen übernahmen. Die Berichte wurden eigenständiger in ihrer Interpretation und lösten sich von dem Schema pro und con-

¹⁴ Vgl. »Ein Schreckschuß aus Allensbach«, *Christ und Welt* vom 1. 8. 1969; »Wähler-Umfragen machen CDU unsicher«, *FAZ* vom 6. 8. 1969; »CDU plant Überprüfung der CDU-Strategie«, *Stuttgarter Zeitung* vom 9. 8. 1969; »Schnee in der Sonne«, *Der Spiegel* Nr. 33 vom 11. 8. 1969 (IfD-Zahlen mit der SPD in Führung; hier auch Zitat); »Wahlkampf beginnt zwei Wochen früher«, *Rheinische Post* vom 12. 8. 1969; »Nervosität«, *FAZ* vom 12. 8. 1969; »Wahlkampf-Sitzung des CDU-Präsidiums«, *SZ* vom 13. 8. 1969. Die Skepsis der CDU gegenüber den Umfragen findet sich (unkommentiert) nur hier: »Kiesinger hält den letzten Kriegsrat«, *Ruhr-Nachrichten* vom 11. 8. 1969.

¹⁵ Dies war im übrigen die letzte Veröffentlichung der Sonntagsfrage vor den Wahlen, danach setzte das Publikationsverbot ein. Vgl. für die Umfrage »Schnee in der Sonne«, *Der Spiegel* Nr. 33 vom 11. 8. 1969.

¹⁶ Vgl. »Kiesinger im Aberglauben«, *SZ* vom 12. 8. 1969. Die Daten des IfD wurden aber auch von der Presse selber in einen Zusammenhang mit den Vorgängen 1965 gestellt: »Zu schön«, *FR* vom 29. 7. 1969.

¹⁷ Vgl. zu entsprechenden Distanzierungen Wischniewskis »SPD berät über Wahlkampf«, *SZ* vom 16. 8. 1969; »Wahlkampf-Programm der SPD«, *FAZ* vom 15. 8. 1969; »Strategie für die letzte Phase vorgelegt«, *Westfälische Rundschau* vom 22. 8. 1969.

¹⁸ Vgl. ebd. Die Zurückhaltung Brandts bei der Bewertung entsprechender Umfragedaten wurde ebenso als Reflex auf die Erfahrung 1965 gedeutet. Vgl. »Prozente«, *Generalanzeiger* vom 27. 8. 1969. Anlaß dazu bot seine Präsentation von Umfragedaten, die überall in den Berichten eine große Rolle spielten. Vgl. als Beispiel »Brandt: Wähler für Beteiligung der SPD an Regierung«, *Bonner Generalanzeiger* vom 27. 8. 1969.

tra gegenüber einer Partei, so daß sich die Darstellung wandelte. Sie entfernte sich von dem Nebeneinander der den Auftraggebern erwünschten Darbietung der Daten und der hölzernen Kritik an der Meinungsforschung. 1969 wurden Kritik und Daten insofern miteinander verbunden, als sie die Umfragen an die vermeintlichen Absichten und Handlungsoptionen der Parteien banden und so einen von der Quelle (oder der Interpretation) der Daten unabhängigen Beobachtungsstandpunkt einrichteten. Aber zunächst war weiterhin die herkömmliche Beobachtungssituation gegeben, in der die Medien auf die Datenlieferung durch die Parteien und das Bundespresseamt angewiesen waren. Die sich in der Berichterstattung bereits ankündigende Wandlung wurde anhand einer einzelnen Sendung schlagartig deutlich, die zu einer neuen Dynamik in der Berichterstattung führte.

Die Schlußfolgerung aus der Diskussion um die Manipulation durch die Informationspolitik der Parteien und Institute lautete für das ZDF 1969, sich und die Zuschauer diesen Einflüssen durch eine eigene Forschung zu entziehen. Dementsprechend wollte sich die Redaktion des *ZDF-Magazin* mit ihrem Leiter Gerhard Löwenthal im wahrsten Sinne des Wortes von den durch Parteien oder Regierung gefilterten Daten, deren Interpretationsspielraum durch eventuell zurückgehaltene Daten eingeschränkt oder gar vorgegeben sei, emanzipieren. Das Konzept der geplanten Sendung sah vor, die politische Meinung der deutschen Bevölkerung nach einzelnen Bevölkerungsgruppen und Fragestellungen systematisch zu durchleuchten und so auch den Prozeß der Meinungsbildung nachzuvollziehen. Diese Perspektive auf einzelne Wählergruppen ermöglichte auch die Umgehung des Veröffentlichungsverbots von Prognosen, das Anfang August 1969 einsetzte. Erklärte Absicht war es, dem Publikum die mögliche Transparenz der Meinungsforschung vorzuführen und um ihm zur demoskopischen Mündigkeit zu verhelfen.¹⁹ Diese Erkenntnis, daß nur die Transparenz von Umfragen mit einer vollständigen Information einer drohenden Manipulation entgegenwirken könnte, hatte Löwenthal bereits anlässlich eines Beitrags im *ZDF-Magazin* zu der Frage der Manipulation durch Meinungsforschung im Februar 1969 als Schlußfolgerung verbreitet.²⁰ Kurze Zeit zuvor hatte das ZDF noch einen Auftrag an Infratest zugunsten des Bundeskanzlers Kiesinger zurückgezogen. Dass die Parteien Zurückhaltung von den Medien erwarteten, zeigte auch die selbstverständliche Bitte, in den Mitteilungen die Agenturen und Medien aufzufordern, den Auftraggeber nicht zu nennen.²¹

Das ZDF konnte das IfD für diese Untersuchung gewinnen, nachdem dies kurz zuvor mit einem solchen Vorschlag einer neuartigen Paneluntersuchung bei einer

¹⁹ Für eine kurze Gesamtdarstellung von Idee, Absicht, Durchführung und Reaktion vgl. G. LÖWENTHAL, *Wählermeinung – nicht geheim*, 1969.

²⁰ Vgl. Wortlautausschnitte aus dem Beitrag in der Kommentärübersicht des BPA, Nr. 205, zur Sendung vom 26. 2. 1969.

²¹ Vgl. Kap. 3,4, S. 256 und 264.

Ausschreibung des Bundespresseamtes gescheitert war.²² Gerhard Löwenthal wurde in seiner Moderation in den elf wöchentlich ausgestrahlten Sendungen von Elisabeth Noelle-Neumann fachlich unterstützt. Doch die Hilfestellung ging noch darüber hinaus, denn das IfD verbreitete großzügig das dazugehörige Pressematerial, das ausgiebig genutzt wurde.²³ Durch die Zweitverwertung in der Presse erzielte die Sendung einen doppelten Publizitätseffekt, zumal bald nach dem Start eine parteipolitische Auseinandersetzung um die Sendung ruckbar wurde. Die SPD fürchtete um eine für sie negative Beeinflussung durch die Sendung im laufenden Wahlkampf und intervenierte mit Unterstützung der FDP im Fernsehrat.²⁴ Das Ergebnis war die Ausstrahlung einer Sondersendung, in der über die Rolle der politischen Meinungsforschung diskutiert werden sollte. Diese Auseinandersetzung sorgte für noch größere Aufmerksamkeit und erzielte damit sicherlich nicht den erhofften Effekt einer Eindämmung. Mit diesem Vorgehen traten vielmehr die Vorstellungen der Parteien über Medien und deren Funktion hervor. Mit der Intervention machte die SPD außerdem zweierlei deutlich: Umfragen beeinflussten die Entscheidung der Wähler und Medien verhielten sich ihnen gegenüber feindlich. Dazu gehörte zumindest das *ZDF-Magazin*. Doch mit dieser Ansicht stand sie nicht allein da, denn die CDU teilte die grundlegenden Ansichten.

In der Vorstellung beider Parteien sollten die Medien eine Öffentlichkeit herstellen, die ihre Ansichten wiedergaben, oder anders gesagt: Ihre Mitteilungen sollten durch den ›Vermittler‹, das Medium, nicht ›gestört‹ werden. Daß Medien in ihrer Berichterstattung eigenständige Sichtweisen entwickeln konnten, war nicht vorgesehen und wurde als von der Gegenseite initiiert betrachtet. Untermuert wurde diese Sichtweise durch Ansichten über den Einfluß der Medien auf die Meinungsbildung der Bevölkerung. Hier wurde in den sechziger Jahren der Aufstieg des Fernsehens zum Leitmedium als wichtiger Einschnitt in die Mediennutzung betrachtet, da die Reichweite des Fernsehens rapide bis zu einer nahezu erreichten Sättigung des Marktes 1969 wuchs. Die zu der Zeit auf vier bis fünf Zuschauer pro Gerät geschätzten Personen stiegen von ein bis anderthalb Millionen Zuschauer 1955 auf circa 18 bis 22 Millionen 1960 mit einem weiter linearen Anstieg bis 1969, als fast 16 Millionen angemeldete Geräte vorhanden waren.²⁵ Damit war eine nahezu flächendeckende Versorgung mit Fernsehern hergestellt. Bei nur drei Fernsehprogrammen wurde eine zuvor nicht vorhandene zielgerichtete Kommunikation ermöglicht. Erschienen Umfragedaten nun im Fernsehen, hatten sie einen ganz anderen Verbreitungsgrad als die manchmal über Tage gestreuten, unterschiedlich ausfallenden Meldungen über Umfragen in der Tagespresse. Damit stellte insbesondere das Fernsehen einen Motor für die Entwicklung der medialen Verarbeitung von Umfragen

²² Zum Ablauf der Studie und ihrer Präsentation E. NOELLE-NEUMANN, *Demoskopie und Fernsehen*, 1969; die Studie als solche wurde ebenfalls veröffentlicht: ZDF/Institut für Demoskopie Allensbach (Hrsg.), *Wählermeinung – nicht geheim*, 1969.

²³ Vgl. für hier und im folgenden auch A. KRÜKE, *Kampf um die Deutungshoheit*, 2004, hier S. 318f.

²⁴ Vgl. Protokoll der Technischen Wahlkampfleitung am 31.7.1969, AdSD 2/PVAR000049.

²⁵ Für die Reichweiten vgl. K. HICKETHIER, *Geschichte des deutschen Fernsehens*, 1998, S. 83f.

dar.²⁶ Und das *ZDF-Magazin* und letztlich auch die Intervention im Fernsehrat trugen zu dieser Erkenntnis bei. Außerdem unterstützte die von Beginn an vorhandene demoskopische Beobachtung des Fernsehens und seiner Zuschauer, daß das Fernsehen auf die Meinungen der Zuschauer eine nicht zu unterschätzende Wirkung besaß.²⁷ Insbesondere für die politischen Sendungen galt diese Annahme, obwohl die empirischen Belege der Zuschauerforschung dagegen sprachen und lediglich eine Verstärkung vorhandener Meinungen ausmachten.²⁸

Im Kontext der allgemeinen Politisierung, der Furcht vor den Auswirkungen der seit Jahren anhaltenden Pressekonzentration sowie der Proteste der 68er-Bewegung gegen die Springer-Presse tat die Diskussion um Umfragedaten ihr Übriges, eine Debatte über die Aufgaben der Medien (und ihrer Rückwirkung) in der Demokratie, die ohnehin seit der Spiegel-Affäre schwelte, neu zu entzünden. Der Demoskopie wurde dabei in der Auseinandersetzung die gleiche Position wie den Medien zugewiesen. Damit war sie für die politischen Akteure ein ebenso möglicherweise fremdgesteuertes Instrument, auf deren Einsatz entsprechend der Bedingungen differenziert reagiert werden mußte. So sprachen sich in der Sondersendung des ZDF zur »Wahlstudie 69« die drei beteiligten politischen Akteure von SPD, CDU und FDP übereinstimmend für eine grundsätzliche Veröffentlichung aller Umfragedaten aus.²⁹ Gerhard Löwenthal hielt das für eine Sensation; allerdings hätte eine entgegengesetzte Stellungnahme das demokratische Ansinnen der in der Sendung vertretenen Parteien in Mißkredit gebracht. Diesen bereits vor der Sendung zustande gekommenen Kompromiß nahm Wischniewski zum Anlaß, um auf einer Pressekonferenz die Bedenken der SPD vorzustellen und die Diskussion mit Helmut Kohl und Hans-Dietrich Genscher anzukündigen.³⁰ Daß sich die Vorstellungen der Akteure von der Rolle der Medien oder der Demoskopie geändert hätten, war damit nicht gesagt. Die mediale Präsentation von Umfragen bildete einen wichtigen Einschnitt in der medialen Verarbeitung der Meinungsforschung. Insbesondere die Wahlstudie des ZDF hatte darin einen möglichen Weg der Berichterstattung neu aufgezeigt. Der Zeitraum zwischen 1968 und 1970 markiert daher die wichtigste Zäsur in der medialen Verarbeitung der Umfrageforschung. Nach der Wahl 1969 lösten sich die Medien von der Vorstellung, daß die Parteien die Umfragezahlen zu liefern hatten, und begannen, die Untersuchungen selber in Auftrag zu geben.

Doch im Laufe der siebziger Jahre trat neben dem Fernsehen auch die Presse stärker mit eigener Meinungsforschung in Erscheinung. Zunächst blieb es aber das *ZDF-Magazin*, das sich ab 1970 als einziges Magazin relativ regelmäßig mit generellen Fragen der Entwicklung der öffentlichen Meinung, mit Trendumfragen und Einschätzungen der Politik der Bundesregierung beschäftigte. Das ZDF setzte dafür

²⁶ Diese These wurde bereits für die USA untersucht: H. MENDELSONH/I. CRESPI, Polls, 1970.

²⁷ Vgl. R. WINTER, *Der produktive Zuschauer*, 1995, S. 4–15.

²⁸ Vgl. L. v. FRIEDBURG, *Meinungsbildung durch aktuelle Magazinsendungen*, 1969.

²⁹ Vgl. für den Wortlaut der fünfzigminütigen Sendung den internen Pressespiegel des BPA (in Ausschnitten), »Wahlstudie des ZDF-Magazins«, ZDF, 9. 9. 1969 (ZASS II 2–iii).

³⁰ Vgl. »Prinzipielle Bedenken gegen ZDF-Wahlanalyse«, dpa-Meldung vom 4. 9. 1969.

seine Kooperation mit dem IfD fort und ließ weitere Paneluntersuchungen für Landtagswahlen (zunächst in Nordrhein-Westfalen) durchführen.³¹ Doch neben dem *ZDF-Magazin*, das ab 1972 zusätzlich zu dem IfD auch Aufträge an die gerade entstehende FGW vergab, stieg auch bei politischen Fernsehmagazinen der ARD das Interesse an (eigenen) Umfragen, wenn auch in einem sehr geringen Umfang. So gingen bei *Report*, *Monitor* und *Panorama* ab 1970 vereinzelt Umfragen über den Äther. Sie wurden häufig aufgrund des nur geringen Budgets als Einzelfragen in einer Mehrthemen-/Trendumfrage oder Blitzumfragen unternommen, oder es wurden fremde Trendumfragen lediglich referiert.³² Auftragnehmer waren unterschiedliche Institute. So arbeitete Infas hauptsächlich für *Report*, aber auch für *Panorama*, das wiederum Aufträge an Infratest und das IfD vergab, während sich *Monitor* zunächst an die Wickert-Institute hielt. Ebenfalls griff das im ZDF ausgestrahlte Magazin *Kennzeichen D* auf Umfragen zurück, die vom IfD, Infas und der FGW stammten, nutzte aber für die Wahl 1972 hauptsächlich die Paneldaten des IfD. *Kennzeichen D* stieß 1972 als bereits zweites Magazin des ZDF mit einem besonderen Interesse an der Sonntagsfrage dazu, während die übrigen Fernsehmagazine in der ARD sich mit wenigen inhaltlich ausgerichteten Umfragen beschäftigten. Bei den Presseerzeugnissen waren weiterhin der *Stern* und *Der Spiegel* aktiv, die beide ebenfalls hauptsächlich auf das IfD zurückgriffen; nur der *Stern* vergab in Ausnahmefällen auch Aufträge an Infratest.

Währenddessen erlebten die Umfragen im plötzlichen Wahljahr 1972 einen Boom. Der Zuwachs an demoskopischer Berichterstattung ging mit einer weiteren Pluralisierung des Anbietermarktes einher. Die Institute nutzten die Engpässe in der Versorgung mit politischen Umfragedaten, deren Markt zuvor hauptsächlich vom IfD bedient worden war. Es war für das Institut kein Problem gewesen, zum Beispiel im Wahlkampf 1969 gleichzeitig für *Spiegel*, *Stern* und das *ZDF-Magazin* zu arbeiten, zumal die Anforderungen unterschiedlicher Art gewesen waren.³³ Insbesondere das Wickert-Institut drang nun auf den medialen Markt, indem es die Presse mit kosten-

³¹ Die Erkenntnisse zu Inhalt, Art und Häufigkeit der Umfragen gehen hier auf die Pressedokumentation des Deutschen Bundestages zurück, die das Stichwort Meinungsforschung bezeichnenderweise 1969 einführte. In einem kompletten Screening wurden auch die Pressespiegel des BPA aufgenommen und darüber die Berichterstattung zur Meinungsforschung in Radio und Fernsehen erfasst, während die Presse direkt von der Dokumentationsstelle beobachtet wurde. Abgesehen von wenigen kleineren Berichten dürfte daher diese Ausschnittsammlung am ehesten einen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Die Parteien haben nicht so umfassend beobachtet, aber falls z. B. vor 1969 im Fernsehen eine größere Umfrage berichtet worden wäre, wäre diese in der Presse zweiterwertet worden, wie dies an anderen Beispielen bereits innerhalb der Presse gezeigt wurde. Daher wird im folgenden bei den Verweisen auf bestimmte Sendungen und Radio-Beiträge auf die Pressedokumentation des Bundestages verwiesen und nur im abweichenden Fall zitiert, aus welcher Sammlung der jeweilige Ausschnitt stammt.

³² Ab 1970 gab es jährlich mindestens vier Sendungen mit Umfragen im *ZDF-Magazin*, während es z. B. 1970 für *Monitor* und *Panorama* insgesamt nur drei Umfragen gab. In den folgenden Jahren wuchs diese Menge nicht an.

³³ Schließlich handelte es sich um die Paneluntersuchung für das ZDF, die Trendumfragen für den *Spiegel* und Einzelfragen für den *Stern*.

freien Umfragezahlen versorgte und andere Umfragen »exklusiv« anbot. Diese Angebote wurden neben der *Bild*-Zeitung, die diese Zahlen für ihre Schlagzeilen im Wahlkampf 1972 benutzte, vor allem von der Illustrierten *Quick* wahrgenommen. Sie gestaltete zunehmend mit Umfragen ihre Schlagzeilen. Dies tat sie mit Blitzumfragen durch Wickert, genauso wie die *Bild*-Zeitung, die für ihre Schlagzeilen auf das Institut zurückgriff. Sie hatte das Institut genutzt, um über Reaktionen auf die letzte Fernsehdiskussion der Parteivorsitzenden vier Tage vor der Wahl zu berichten.³⁴ Die Umfragen stiegen nun in Magazinen und Illustrierten an, während das Fernsehen und die Presse zusätzlich eigene Umfragen, die per Post und Telefon nach Einstellungen fragten, aber auch als straw polls organisierten, die sich aber erst seit Einführung des »TED« (Tele-Dialog) in den achtziger Jahren im TV in zumeist unpolitischen Sendungen wachsender Beliebtheit erfreuten.³⁵ Ebenso unternahm Parteien auf lokaler Ebene eigene Umfragen, um die Wünsche der Bürger vor Ort zu erfassen und damit ihre Verantwortlichkeit gegenüber den Bürgern zu signalisieren.³⁶ Außerdem führten die Nachrichtensendungen im Fernsehen eigene, als Blitzumfragen mißverständene Straßenumfragen durch, um auf diese Weise die »Volksmeinung« in Ansätzen einzufangen.³⁷ Demgegenüber ging die demoskopische Berichterstattung in den Fernsehmagazinen der ARD zurück.³⁸ Aufgrund der steigenden Nachfrage versuchten sich nun neben dem 1972 reüssierenden SFK mit Werner Kaltefleiter, der insbesondere in der *Welt* hervorgehoben wurde³⁹, auch andere Marktforschungsinstitute wie Kehrmann (*Quick*) und ifak. *Der Spiegel* unternahm seine Berichterstattung zu Wahl 1972 erstmals mit Hilfe des Instituts Marplan. Daneben vermaß das IfD regelmäßig für *Stern* die Trenddaten. Damit koppelte es sich dezidiert aus dem erneuten Abkommen des ADM zu einer diesmal auf acht Wochen festgelegten Sperre zur Veröffentlichung der Sonntagsfrage aus.⁴⁰ Im Vorfeld der Landtagswahlen in Niedersachsen 1974 brachte es das IfD zu einer ersten »multi-

³⁴ Vgl. »Von »Hasilein« bis Barzel«, Stern Nr. 16 vom 19. 4. 1973. 1975 schloss sich die *Wirtschaftswoche* mit einer regelmäßigen Beobachtung der politischen Situation durch die Demoskopie (allerdings nur in der Zweitverwertung) an. Den Anfang machte Klaus Liepelt, »Wirtschaft und politische Stimmungen«, Wirtschaftswoche vom 28. 2. 1975. Danach folgten weitere Berichte aus zweiter Hand.

³⁵ So unternahm die Rhein Zeitung (Koblenz) ihr »Kanzler-Quiz«: »Wen würden Sie wählen, wenn heute Wahl wäre?«, Rhein Zeitung vom 28. 5. 1971. Der WDR fragte nach dem »bedeutendsten lebenden Mann«, Frankfurter Neue Presse vom 26. 5. 1971. Die TED-Umfrage wurde insbesondere durch »Wetten daß ...?« bekannt, war allerdings mit Blick auf den Ausdruck der Willensbildung umstritten: »Klimbim mit TED«, Der Spiegel Nr. 7 vom 9. 2. 1987; inzwischen wird der TED oft durch online-Abstimmungen ersetzt.

³⁶ Vgl. »Die demoskopische Welle in der CDU«, Münchner Merkur vom 21. 5. 1971 (CDU-Kreisverbände); »Lochkarten als Wunschzettel des Bürgers«, SZ vom 18. 8. 1971 (SPD Karlsruhe); »Was die Augsburger von der SPD erwarten«, SZ vom 4. 1. 1972 (SPD Augsburg).

³⁷ Dies wurde bereits 1970 heftig kritisiert, wenn auch hier wiederum von »traditioneller« Stelle: »Ein totes journalistisches Mittel«, epd Kirche und Fernsehen vom 21. 3. 1970.

³⁸ 1972 unternahm nur *Panorama* eine einzige Umfrage, und zwar zur Meinung der DDR-Bevölkerung zu Osteuropa (Infratest).

³⁹ Vgl. u. a. »Vehementes Werben um den »verflixten« Wechselwähler«, Die Welt vom 14. 10. 1972.

⁴⁰ Vgl. »Die Demoskopien wollen nicht schweigen«, Münchner Merkur vom 19. 10. 1972.

medialen Kooperation zwischen *Der Spiegel* und *Monitor* zwecks doppelter Datennutzung.⁴¹ *Die Zeit* trat als über den Dingen stehendes Medium auf. Hier durften sich verschiedene Demoskopien wie Klaus Liepelt, aber auch insbesondere Elisabeth Noelle-Neumann mit ihren Daten und Deutungen präsentieren. Doch diese Offenheit währte nicht lange, da sich die Wochenzeitung den Umfragen nach 1976 wieder verschloß und zu ihrer alten, distanzierten Position zurückkehrte.

Der *Stern* wertete 1971 außerdem seine eigenen Umfragen mit einer Reihe auf, die angeblich vertrauliche Umfragen des Bundespresseamtes publik machte. Wie die *Illustrierte* an diese wie alle zu der Zeit noch vertraulich gekennzeichneten Umfragen kam, verriet sie nicht. Es handelte sich um eigentlich häufig freigegebene Trendumfragen, die als »geheim« ausgegebene Daten jedoch einen besseren Verkaufswert besaßen.⁴² Der *Stern* war aber nicht das einzige Presseorgan, das »geheime« Umfragen aufdeckte, um Kritik an der demoskopischen Informationspolitik der Regierung oder auch an der Presse selber zu üben. Es kam in Mode, konkret einzelne Umfragen in ihren Fragestellungen oder die Geheimhaltung von Umfragen anzuprangern, wobei eben der Vorgang der Präsentation als »geheim« deklarierter Daten selbst wiederum als verkaufsfördernd eingeleitet sein konnte.⁴³ Damit demonstrierten die Medien ein neues und ungewohntes Selbstbewußtsein gegenüber dem Expertenwissen der Demoskopien wie auch gegenüber der Politik. Insbesondere die IfD-Daten aus dem *ZDF-Magazin* wurden häufig von den verschiedenen Tageszeitungen übernommen und dann wiederum selber anhand ihrer Auslassungen gegenüber den Daten aus dem Magazin und der dadurch erreichten Deutung in anderen Presseerzeugnissen negativ kommentiert, aber gleichzeitig damit auch politisiert. Diese Kritik galt vielfach Gerhard Löwenthal, der wegen seiner »verfälschenden« Auslegungen heftig beföhdet wurde.⁴⁴ Er wurde beispielsweise bezichtigt, in einer Sendung die Umfrage des IfD zur Lage der öffentlichen Meinung zum Jahrestag der Regierungserklärung positiv gegen eine Umfrage des Bundespresseamtes eingesetzt zu haben, um jene als bereits in der Anlage tendenziös zu »enthüllen«. Die Umfrage war nach und vor dem Abschluß des Moskauer Vertrags unternommen und verbreitet wor-

⁴¹ Vgl. u. a. »Angst und Sorge wählen CDU/CSU«, *Der Spiegel* Nr. 16 vom 15. 4. 1974; zur Rolle Helmut Schmidts im Wahlkampf und 27. 5. 1974 bei *Monitor* (»Wahlkampf in Niedersachsen – bringt Helmut Schmidt die Wende?«).

⁴² Vgl. »Die Wahrheit liegt im Panzerschrank«, *Stern* Nr. 19 vom 9. 5. 1971; gleich in der Woche darauf (16. 06.) folgte »Was sich die Deutschen wünschen« mit Angaben zu den wichtigsten Aufgaben der Regierung.

⁴³ Ein gutes Beispiel dafür bietet die Serie des *Stern* 1971, ebd. Vgl. als weiteres Beispiel »Eine unsinnige Meinungsumfrage – aus Steuergeldern finanziert«, *Die Welt* vom 28. 12. 1970. Darin ging es um die Frageformulierung »Würden Sie für oder gegen eine Regierung stimmen, die sagt, sie will den Sozialismus einführen?«, bei der bemängelt wurde, daß doch schließlich keine Einigkeit darüber bestünde, was denn unter »Sozialismus« genau zu verstehen sei. Noch zwei Monate zuvor war diese IfD-Umfrage ungerührt berichtet worden: »Mehrheit der Bevölkerung gegen Einführung des Sozialismus«, *Die Welt* vom 22. 10. 1970.

⁴⁴ Vgl. z. B. allein zu einer Sendung vom 20. 10. 1971 und deren Abdruck in *Die Welt*, *SZ*, *FR*, *FAZ*, *Bild* und *Hamburger Morgenpost*: »Praktiken der Reaktion«, *Die Zeit* Nr. 43 vom 29. 10. 1971; »Wie es uns gefällt«, *Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt* vom 31. 10. 1971.

den, so daß Löwenthal sie in den unmittelbaren Werbezusammenhang der Auslandsreise stellte und damit so eine politische Intention der Umfrage verband.⁴⁵ Diese konkrete Kritik an den Umfragen der Bundesregierung wurde jedoch erst durch eine transparentere Informationspolitik ermöglicht, die die erhöhten Beobachtungs- und Kommunikationsmöglichkeiten eröffnete. Diese Vorgehensweise korrespondierte mit einer nun erneut auftauchenden, in den fünfziger Jahren erstmals öffentlich ausgetragenen Beschäftigung mit den Ausgaben der Bundesregierung für Meinungsforschung und deren Informationspolitik, mehr Umfragen zu veröffentlichen.⁴⁶ Auf diese Weise vergrößerte sich wiederum das Umfrageangebot gegenüber der Presse. Neben der Ausweitung der Beobachtung war dies auch auf die technische Beschleunigung der Ausarbeitung von Umfragen zum Beispiel durch die Einführung regelmäßiger Telefonumfragen zurückzuführen. So publizierten die Zeitungen ab Mitte 1970 mehr Umfragen der Bundesregierung als zuvor, hauptsächlich Trendumfragen in allen Perspektiven. Gleichzeitig ermunterte die verstärkte Meinungsforschung auch die politischen Akteure selber, den Mißbrauch der Meinungsforschung anzuprangern. Wahlweise warfen sich SPD oder CDU als Oppositionen auf Landesebene gegenseitig Mißbrauch vor und ließen damit die Ausmaße der politischen Umfrageforschung in der Bundesrepublik sichtbar werden.⁴⁷

Außerdem förderte eine andere Art der Beobachtung sowohl die Akzeptanz als auch die Verbindung von Medien und Demoskopie. Jenseits der Medienforschung trug so die sich entwickelnde Fernsehkritik dazu bei, daß die Darstellung der Meinungsforschungsdaten und ihre Interpretation im Zusammenhang betrachtet wurden und eine Beobachtung des Fernsehens durch die Tageszeitungen eintrat, die jedoch in den achtziger Jahren wieder verschwand.⁴⁸ Hier rückten Fragen der Präsentation und damit verbundenen Interpretationsmuster in das Zentrum der Aufmerksamkeit und waren gleichzeitig Anzeichen medialer Politisierung. Auf diese Weise verbanden sich mehrere Schleifen und Ebenen der Kritik, indem die Daten als solche ebenso wie ihre mediale Aufbereitung, die dort verwendeten Filter sowie

⁴⁵ Es handelt sich um die *ZDF-Magazin*-Sendung vom 28. 10. 1970.

⁴⁶ Vgl. Interview mit Conrad Ahlers (stellvertretender Regierungssprecher), Bericht aus Bonn (ARD) am 3. 1. 1969 (Pressedokumentation, ACDP); »Samstags klingelt das Telefon«, *Capital* 4/1971.

⁴⁷ In Hamburg eskalierte z. B. ein Streit um die Meinungsforschung des Senats, der zu einer Klage der CDU gegen die Vorgehensweise (Vertragsvergabe und Geheimhaltung) des Senats und bundesweitem Aufsehen führte: »Die letzten Umfragen waren kaum ihr Geld wert«, *FR* vom 9. 11. 1971; »Hamburger CDU sieht Grundsätze der Demokratie gefährdet«, *Stuttgarter Zeitung* vom 3. 12. 1971; »Musterprozess um Meinungsfrage?« *SZ* vom 7. 1. 1972; »War die Palette zu breit?«, *SZ* vom 23. 2. 1972; vgl. für ähnliche Debatte 1974 in Schleswig-Holstein: »Kontroverse nach Umfrage zur Chance Stoltenbergs als Kanzlerkandidat«, *Flensburger Tageblatt* vom 6. 11. 1974; »Strauß an letzter Stelle«, *FR* vom 12. 11. 1974.

⁴⁸ Zur Entwicklung der Fernsehkritik vgl. K. HICKETHIER, *Kleine Geschichte der Fernsehkritik*, 1994, insbes. S. 177–187; mit Einbettung in die allgemeine Geschichte der Medienkritik vgl. J. K. BLEICHER, *Traditionslinien*, 2005; vgl. als Beispiele »Von peinlichen und anderen Zahlen«, *Rheinischer Merkur* vom 21. 11. 1969 über Zahlen des *ZDF-Magazins* und Infas bei den Kommunalwahlen in NRW auf allen Fernsehsendern; »Schwarze deutsche Wirklichkeit«, *Rheinischer Merkur* vom 23. 1. 1976 über *Kennzeichen D* und dessen Interpretation einer Umfrage.

die Kritik kritisiert wurden. Eine der Ebenen der Kritik an der Geheimhaltung, partiellen Veröffentlichung oder spezifischen Interpretation reichte weiter als bis zur Umfrage oder der jeweiligen Partei, da die politische Kommunikation der jeweiligen politischen Einheit – sei es nun eine Partei oder die Regierung – damit gleichzeitig angesprochen wurde. Politische Kommunikation wurde damit selber zu einem expliziten Teil der Politik. Diese Fortschreibung deutete sich in dieser Kritik allerdings erst an.

Die genaue Beleuchtung der publizistischen Umstände einzelner Umfragen und die methodische Kritik an einzelnen Fragen bildeten die wichtigsten Neuerungen in der kritischen Kommentierung und Berichterstattung zur Meinungsforschung. Beide Formen verwiesen auf eine noch weiter gehende Akzeptanz der Meinungsforschung, so daß Rudolf Augstein 1973 festhalten konnte, daß auf diese Weise »die Demoskopien als Prügelknaben der Politik« ausgedient hätten.⁴⁹ Die Neuerungen waren zugleich eine Präzisierung der alten und weiterhin bestehenden Kritik an der Meinungsforschung. Zur altbekannten Kritik boten die »Fehlprognosen« zur Bundestagswahl 1969, die zwei weiteren Beispiele in Landtagswahlen 1970 sowie die nicht vorhergesagte Niederlage der Labour Party in Großbritannien willkommene Anlässe. Als Antwort der Demoskopien wurde das bereits vorhandene Narrativ, methodische Besserung zu geloben, ausgebaut. In diesem Sinne wurde der Manipulationsvorwurf zwar einerseits präzisiert und kleingearbeitet, andererseits aber auch als Vorwurf eines prinzipiellen Mechanismus der Unterdrückung durch die Herrschenden im Sinne einer linken Gesellschaftskritik generalisiert und radikalisiert.⁵⁰ Dieser Vorwurf, der aus der Perspektive einer notwendigen Emanzipation der Bevölkerung vom Vertrauen auf die Führung (statt der notwendigen Führung) entstanden war, drang mit den wachsenden Partizipationsansprüchen und Demokratisierungsversprechungen mit Kraft in die Medien. Er wurde in demoskopischer Hinsicht aber nur partiell aufgenommen. So fand sich Habermas' Kritik an der Wissenschaft als Ideologie kaum wieder, auch wenn die Demoskopie ein zentrales Mittel dieser verwissenschaftlichen Herrschaftsausübung war. Ohne auf die breite Gesellschaftskritik der späten sechziger und siebziger Jahre einzugehen, sollte doch darauf hingewiesen werden, daß die grundlegenden Überlegungen dieser Kritik in den Vorwürfen an die Demoskopie wieder einfließen, ebenso wie sie aus dem Unbehagen an ihr heraus entstanden waren.⁵¹ Bekannte Kritiker wie zum Beispiel Hans Magnus Enzensberger fanden nur mit markanten Zitaten Eingang in die Diskussion.⁵² Von

⁴⁹ R. AUGSTEIN, Demoskopie, 1974, S. XVI.

⁵⁰ Vgl. als Beispiele H. HOLZER, Gescheiterte Aufklärung, 1971; S. MÜLLER-DOOHM, Medienindustrie, 1972; R. ZOLL/E. HENNING, Massenmedien und Meinungsbildung, 1970; E. A. RAUTER, Wie eine Meinung in einem Kopf entsteht, 1971; für die unterstützende Kritik aus der DDR vgl. G. HEYDEN, Manipulation, 1968; K. RÜCKMANN, Demoskopie oder Demagogie?, 1972.

⁵¹ Vgl. J. HABERMAS, Technischer Fortschritt und soziale Lebenswelt, 1968; ders., Verwissenschaftlichte Politik, 1964.

⁵² Vgl. »Abstimmung an der Haustür«, Der Spiegel Nr. 32 vom 4. 8. 1969. Als Kritiker wurde namentlich noch Karl Erich Fromme genannt.

den ab 1969 erscheinenden Büchern zu dem Thema gelangten ebenso nur wenige in die Diskussionsbeiträge und Argumentation der Presse.⁵³ Die Debatte erschöpfte sich in Wiederholungen, was auch auf die beteiligten Personen zutrifft. Damit erwies sich die Kritik als konstitutives Element des demoskopischen Diskurses: Radikale Kritiker mußten außen vor bleiben und wurden höchstens erwähnt, um das »außen« der Debatte zu kennzeichnen. Die Regeln des Umgangs mit Demoskopie waren davon bestimmt, daß Kritik nur innerhalb der Akzeptanz der Meinungsforschung vorgebracht werden dürfe. Letztlich legitimierte erst der »kritische Umgang« die Abbildung der Umfragen. Dieser mediale Umgang mit Demoskopie deutete mit seinen Spielregeln an, daß Meinungsforschung zu einem Teil der Medien geworden war.

Der demoskopische Diskurs war damit domestiziert und zum integralen Bestandteil medialer Berichterstattung über Politik geworden. Ausschließlich die Anwendung der Ergebnisse und die Methoden der Produktion konnten noch in ihrer Ausführung kritisiert werden, zumal die Meinungsforschung fester Bestandteil des Planungsdiskurses der Politik geworden war. Als wissenschaftlich verstandenes Instrument war sie dort nicht wegzudenken. Dazu wurde sie aber nur unter bestimmten Bedingungen akzeptiert – sie mußte wissenschaftlichen Standards genügen. Entsprechend agierten die als Sprecher ihrer Disziplin auftretenden Wahlsoziologen, insbesondere Erwin K. Scheuch und Rudolf Wildenmann. Dabei nutzte Wildenmann die Debatte als Chance, die Installation eines quasi-staatlichen Instituts anzustreben und in Form der durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft finanzierten FGW einzurichten.⁵⁴ Auch die Meinungsforscher selber griffen in ihrem Verband, dem ADM, das Thema wissenschaftlicher Standards und Wahlprognosen auf, da die Fehlleistungen und die dazugehörige Kritik drohten, sich zu einem Problem der gesamten Branche zu entwickeln. So machte der ADM die Zuverlässigkeit von Prognosen zu einem Thema seines jährlichen Treffens, auf dem eine Expertengruppe eingerichtet wurde, deren Leiter Hans-Jürgen Ohde (Getas) wurde. Doch gelang es dadurch nicht, die Frage in ein Expertengremium abzurängen, da sich in einem Gespräch mit Publizisten und Journalisten Gerhard Löwenthal und ein Mitarbeiter des Bundespresseamtes zu Wort meldeten und eine gemeinsame Anstrengung der Institute zur Herstellung besserer Prognosen sowie ein absolutes Veröffentlichungsgebot für alle Umfragen forderten.⁵⁵

⁵³ Während Kurt Gayer die Demoskopie aus Sicht eines ehemaligen Werbeberaters beschrieb, griff der Chefredakteur der *Nürnberger Zeitung*, Edgar Traugott, sie auf philosophischem Weg und mit staatsrechtlichen Argumente an. Vgl. K. GAYER, *Das grosse Verhör*, 1969; E. TRAUGOTT, *Die Herrschaft der Meinung*, 1970. Letzterer fand z. B. auch in der *Deutschen Zeitung* Platz für seine Angriffe: Edgar Traugott, »Die Macht und die Meinung«, *Deutsche Zeitung/Christ und Welt* vom 24. 9. 1971.

⁵⁴ Vgl. auch seinen Beitrag »Grundlagenforschung«, *Publik* vom 3. 7. 1970, in dem er sich neben Elisabeth Noelle-Neumann (»Die Presse hat schuld«) und Klaus Liepelt (»Stimmungen sind keine Stimmen«) über Prognosen äußerte. Für die bevorstehende Gründung der FGW vgl. »Mannheim Anwärter auf ein Meinungsforschungsinstitut«, *Die Rheinpfalz* vom 15. 3. 1972.

⁵⁵ Dies schlug hohe Wellen: »Demoskopien wünschen die Entwicklung eines prognostischen Verfahrens«, *Handelsblatt* vom 14. 10. 1970; »Lehren aus der Blamage«, *Christ und Welt* vom 23. 10. 1970; »Institut für Meinungsforschung: Wahlprognosen nicht möglich«, *Die Welt* vom 8./9. 4. 1971.

Im Zusammenhang mit der Debatte um die wissenschaftliche Absicherung von Wahlprognosen tat sich Infas verstärkt in der Diskussion hervor, das zuvor bereits von Prognosen explizit Abstand genommen und sich stattdessen seit 1965 durch die wahlsoziologische Hochrechnungsarbeit am Wahlabend einen Namen gemacht hatte.⁵⁶ Auf diese Weise erhöhte sich die Aufmerksamkeit für Infas, das genau und insbesondere hinsichtlich seiner Beziehungen beobachtet wurde. Die Beziehung zur SPD wurde nach 1970 nun zunehmend von der konservativen Presse beanstandet.⁵⁷ Außerdem geriet Infas mit seinem Wählerwanderungsmodell in die Kritik, weil dieses weniger wissenschaftlich zuverlässig als »von verkaufspolitischen Motiven bestimmt« war.⁵⁸ Zuvor war lediglich das IfD negativ in den CDU-Kontext gestellt worden. Auch dies nahm in den siebziger Jahren seitens der SPD und der ihr nahestehenden Presse zu, vor allem im *Vorwärts*. Ihre Stellung zwischen Wissenschaft und kommerzieller Forschung erachtete die SPD dabei als grundsätzlich problematisch, zum Beispiel die Personalunion Noelle-Neumanns bezüglich der IfD-Leitung und des Instituts für Publizistik an der Universität Mainz.⁵⁹ Als die SPD während des Wahlkampfes 1972 in ihrem »Informationsdienst«, den Kleinanzeigen in »Meinungsblättern«, den Instituten Emnid, Wickert und dem IfD, Manipulation der Umfragen vor der Wahl 1969 unterstellte und dies in der Presse ausgebreitet wurde, verklagte das IfD die SPD. Man einigte sich in einem Vergleich darauf, daß die Partei den wissenschaftlichen Anspruch des Instituts nicht habe bezweifeln wollen.⁶⁰ Doch damit war der Höhepunkt des Kampfes mit harten demoskopischen Bandagen noch nicht erreicht.

⁵⁶ Vgl. für den Hintergrund Infas, »Wählermeinung und Wahlprognose«, Bad Godesberg 1966; Interview mit Klaus Liepelt, »Eine Umfrage ist noch keine Wahl«, *Vorwärts* vom 23.7.1970; Klaus Liepelt, »Stimmungen sind keine Stimmen«, *Publik* vom 3.7.1970; »Das Interview« (mit Klaus Liepelt), *NDR* am 28.10.1972, 17.05 Uhr; Interview »So unbeliebt war noch keiner«, *Vorwärts* vom 9.11.1972. Dieser Standpunkt wurde standardmäßig verbreitet.

⁵⁷ Vgl. »Aufstand bei den Demoskopern«, *Stern* Nr. 41 vom 25.10.1970 vor allem über die internen Zustände des Instituts; es verwundert nicht, daß ausgerechnet der *Bayern-Kurier* Infas bzw. Klaus Liepelt aufs Korn nahm: »Manipulierte Umfrage«, *Bayern-Kurier* vom 15.4.1972; »Aktuelles Portrait: Klaus Liepelt« *Bayern-Kurier* vom 10.5.1975; vgl. auch »Hochrechner«, *FAZ* vom 11.9.1976.

⁵⁸ M. KÜCHLER, *Empirische Wahlsoziologie*, 1977, S. 162; P. HOSCHKA/H. SCHUNCK, *Stabilität regionaler Wählerstrukturen*, 1977; vgl. für sich ausweitende Kritik in Wochenzeitungen: »Liest Herr Rohlinger aus dem Kaffeesatz?«, *Gong* vom 3.9.1975; »Dracula verfolgt die Wanderer«, *Rheinischer Merkur* vom 3.10.1980; für Kritik innerhalb der SPD vgl. bes. Kap. 3.5.c; vgl. knappe Vorstellungen des Modells bei K. LIEPELT/H. RIEMENSCHNITTER, *Wähler-Wanderungsbilanz*, 1974; dies., *Wider die These*, 1973.

⁵⁹ Vgl. »Heftiger Zusammenstoß von CDU und SPD im Landtag«, *Rhein Zeitung* (Koblenz) vom 21.1.1971.

⁶⁰ Vgl. »SPD wirft den Demoskopern Manipulation vor«, *Bonner Rundschau* vom 31.10.1972; »Verfahren eingestellt«, *Stuttgarter Zeitung* vom 18.11.1972; »Rechtsstreit SPD – Allensbach beendet«, *Mannheimer Morgen* vom 18.11.1972; die im Spiegel erschienene Anzeige ist abgedruckt in A. MÜLLER, *Willy wählen*, 1997, S. 123.

b) *Von der ideologischen Polarisierung zur Souveränität 1973–1977*

Im Rahmen zunehmender Polarisierung wuchs das Mißtrauen im Laufe der siebziger Jahre. Das Vorgehen wurde bis zur Wahl 1976 beständig härter. Mit ihrer Politisierung agierten auch Zeitungen und Zeitschriften entsprechend den zuvor für ihre selektive Umgangsweise so heftig kritisierten Parteien. Die Polarisierung und Politisierung, spätestens mit dem Wahlkampf 1972 weit verbreitet, trugen jedoch ihren Teil zu der anhaltenden Expansion der Umfragen bei.⁶¹ So wuchs die Branche 1974 nach dem Rücktritt Willy Brandts erneut explosionsartig, zumal es nun galt, mit Helmut Schmidt einen neuen Kanzler zu vermessen. Auf diese Weise ersetzten die Umfragen in den Medien, vor allem in den Illustrierten, die ausbleibende Wahl 1974, während die Tageszeitungen verhaltener agierten und sich mit einer (teilweise kommentierenden) Berichterstattung über die jeweils ausgebreiteten Umfragen begnügten.⁶² Als erste Tageszeitung übernahm die *FAZ* im Wahlkampf 1976 die demoskopische Berichterstattung in Form eines Countdown mit Daten aus dem IfD.⁶³ Damit verschob sich die mediale Verarbeitung qualitativ, indem einerseits die Umfragedaten stärker eigenständig kommentiert und andererseits eigene Aufträge erteilt wurden. Die Medien hatten begriffen, daß nicht allein die Abweichung in den Trendergebnissen eine Nachricht ausmachte oder einen ›Spielstand‹ abbildete. Sie waren bemüht, selbständig spezifische Aspekte herauszugreifen. Die Nachricht war dann nicht allein mehr wegen der Daten lesenswert, sondern aufgrund ihrer Interpretation. Dies war ein kleiner, aber feiner Unterschied zur Masse der vorherigen medialen Bearbeitung, weil es einen Ausbruch aus der bis dahin geltenden Berichtslogik darstellte. Hier waren wiederum die Illustrierten und Boulevardblätter die ersten. Andere Zeitungen folgten spätestens im Wahlkampf 1976. Hier gerieten Umfragen zur Kampfmasse der Parteien und der Medien, was den Umfragen zu einem ungeahnten Boom verhalf und sie auf ihren vorläufigen Höhepunkt führte, was Anzahl der Umfragen und Verwendung anging.

Medien und Demoskopien nahmen in der Wahlkampfauseinandersetzung noch stärker als 1972 eine stellvertretende Position ein. Für die Demoskopien erwies sich ihr medialer Einsatz jedoch als zweischneidiges Schwert. Zum einen wurden sie mit ihren Instituten einer bestimmten politischen Richtung zugeschlagen, zum anderen bürgten sie mit ihren Auftritten und Beiträgen für die von den Medien verbreiteten Daten: Werner Kaltefleiter erhielt nun als Kieler Universitätsprofessor mit seinen Daten eine Serie im *Spiegel* in der ersten Jahreshälfte 1976 und bildete so eigentlich

⁶¹ Vgl. für die Umfragen unter Lesern diverser Zeitschriften die IfD-Mediadaten »Bei Madame kommen die Liberalen am weitesten«, FR vom 30. 9. 1972; »Bei Zeitschriften-Freunden ganz vorn«, Stuttgarter Nachrichten vom 27. 9. 1972.

⁶² Allein *Stern* und *Bild*-Zeitung ließen ad hoc Blitzumfragen von Marplan sowie Wickert durchführen: Vgl. »Zwielichtige Umfragen«, FR vom 14. 5. 1974.

⁶³ Der ehemalige Mitarbeiter von Elisabeth Noelle-Neumann am Institut für Publizistik, Kurt Reumann, kümmerte sich beispielsweise als Redakteur bei der *FAZ* um Umfragen. Vgl. als Beispiel seine Wahlanalyse anhand der Daten des IfD: »Wenn ohne den Grundvertrag gewählt worden wäre«, *FAZ* vom 23. 11. 1972. Seit der Bundestagswahl 2002 stellt das IfD seine Daten vierzehntätig vor.

den Vorlauf für die demoskopische Wahlkampfberichterstattung, die Infratest übernahm. Dieter Oberndörfer schrieb als neuer Leiter des SFK Beiträge in verschiedenen Zeitungen (*SZ*, *FAZ*, *Bonner Generalanzeiger*) sowie eine Serie für die *Welt*, ähnlich wie Elisabeth Noelle-Neumann, die sowohl für *Die Zeit*, das *ZDF-Magazin*, die *FAZ*, die *Bild* und den *Stern* tätig und damit als einzige multimedial vertreten war.⁶⁴ Infas beschränkte sich auf einzelne Beiträge, die auf die Sonntagsfrage verzichteten. Nur *Quick* richtete ein Wahlbarometer mit dem Institut Kehrman ein und fiel aufgrund der fehlenden Personalbesetzung, die geradezu einer fehlenden politischen Orientierung gleichkam, aus der Reihe. Von den bekannten Instituten fehlte also eigentlich nur Emnid. Bei dieser Anzahl und der Häufigkeit der stark interpretierenden Berichterstattung blieb es nicht aus, daß sich Zahlen und Deutungen stark voneinander unterschieden und veränderten. Oberndörfers resignierende Feststellung, daß diesmal keinerlei Prognose möglich sei, wurde zum geflügelten Wort in den demoskopischen Verarbeitungen – es eignete sich zudem schon im vorhinein gut als Beleg für das Bemühen, valide Daten liefern zu wollen, ohne dafür bürgen zu müssen. Keiner der Demoskopien wollte seine Hand für eine Prognose ins Feuer legen.⁶⁵ Daß die Rolle der Demoskopie als heikel wahrgenommen wurde, zeigt auch eine Fernsehsendung mit Helmut Kohl und Helmut Schmidt, in der beide zum »Aussagewert demoskopischer Umfragen« distanziert Stellung nahmen. Sie verwiesen auf die Relativität der Umfrage insgesamt und betonten den Kontext der Umfrage für deren Deutung.⁶⁶

Daß die Interpretation von Daten schließlich ein schwieriges Geschäft war, zeigte sich auch daran, daß die Medien diese oft zugunsten einer nachrichtlichen Aufwertung der Daten selber vornahmen oder sie politisch zuspitzten. Die Meinungsforscher sahen sich daraufhin zum eigenen Eingriff gezwungen, um die Daten und ihre Deutungen richtig zu stellen.⁶⁷ Die Auftritte in der Öffentlichkeit, die auch politisch motiviert waren, besaßen darüber hinaus eine besondere Ambivalenz: Die Demoskopien mußten, wenn sie für die Validität der Daten und deren Deutung sorgen wollten, selber medial eingreifen. Damit handelten sie aus einer ähnlichen Zwangssituation, wie die Parteien es auch erlebten. Die eigenständige Interpretation der Medien gefährdete nicht nur die vermeintliche (zuvor auch Selektions-) und Interpretationshoheit der Politik, sondern eben auch zunehmend der Demoskopien selber. Politische

⁶⁴ Vgl. Auflistung in E. NOELLE-NEUMANN, Kampf über die öffentliche Meinung, 1978, hier S. 166, Fn. 27; vgl. für die Auseinandersetzung mit dem Bundeskanzleramt Albrecht Müller, »Eine Wette gegen Frau Professor«, *Stern* Nr. 39 vom 23. 9. 1976 (bezog sich auf die zwei vorhergehenden Ausgaben).

⁶⁵ Vgl. Dieter Oberndörfer, »Das Zahlenspiel der Demoskopien vor der Wahl«, *Bonner Generalanzeiger* vom 10. 9. 1976; außerdem u. a. Elisabeth Noelle-Neumann, »Die Demoskopien sind ratlos«, *SZ* vom 7. 9. 1976. Dieser Tenor wurde in allen weiteren Berichten aufgenommen.

⁶⁶ Vgl. »Bilder aus der Wissenschaft«, Interview mit Kohl und Schmidt, *ARD* am 26. 8. 1976, 20.15 Uhr; vgl. auch »Kohl: Meinungsumfragen nicht überbewerten«, *dpa*-Meldung vom 16. 9. 1976 (ACDP-Pressedokumentation).

⁶⁷ Vgl. u. a. »Infas dementiert Umfrage«, *Stuttgarter Nachrichten* vom 13. 12. 1974; »Unzuverlässige Umfrage«, *FAZ* vom 11. 4. 1975 mit einer Infratest-Beschwerde über eine Interpretation im *Stern*.

Demoskopen mußten außerdem medial präsent sein, um auf dem Markt weiterhin bestehen zu können, wie auch die nachdrängenden Institute aus der Marktforschung zeigten. Das konnten sie nur, indem sie ihre Expertise unter Beweis und sich selber der weiterhin um sie herum stattfindenden Diskussion über Rolle und Aufgaben der Meinungsforschung stellten. Sichtbar wurde diese Aktivität an den Debatten, die sich Mitte der siebziger Jahre in den Medien abspielten, wenn von Demoskopen aufgebrachte Interpretationen mit Hilfe eines einzigen Schlagwortes in die politische Debatte eingriffen oder sie aufheizten. So sorgte die Analyse der »Reformmüdigkeit« der Deutschen ab 1973 für Debatten, insbesondere innerhalb der SPD. Aus diesen Analysen wurde eine »Tendenzwende« abgeleitet, die daraufhin in den folgenden Jahren vor allem für polemische Diskussionen sorgte.⁶⁸ Anschließend war es dann das Schlagwort der »Proletarisierung« der Gesellschaft, das die Debatte um den Wertewandel befeuerte.⁶⁹ Die Demoskopen konnten die sich beschleunigende mediale Verarbeitung von Umfragen nicht durch Zurückhaltung stoppen, sondern mußten sich den daraus erwachsenden Ansprüchen stellen, wenn sie nicht den kommunikativen Anschluß verpassen wollten.

Dabei konnte es passieren, daß die Demoskopen genau das unterstützten, was sie eigentlich verhindern wollten, daß sich nämlich die Medien die Umfragen eigneten und zu ihrem ganz eigenen Gegenstand machten. Dann sprachen Demoskopen und ein Medium unisono das aus, was der den Umfragezahlen nach der »Volksmeinung« entsprach und verlagerten die Legitimität dieser Aussage auf die Umfrage.⁷⁰ In dem umfragegestützten Glauben, Volkes Meinung zu kennen, präsentierten sie diese Meinung. Indem sich die Medien auf die Demoskopen stützten, konnten sie sich auf doppelte Weise in eine reine Vermittlerposition begeben. Gab es keinen verkündenden Meinungsforscher, blieb immer noch die Umfrage selber. So konnten sich Presse und Fernsehen zu neutralen Berichterstattem der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung via Umfrage stilisieren. Ihnen stand dabei immer auch die Möglichkeit offen, gleichzeitig die Daten zu interpretieren, ohne unmittelbar Gefahr zu laufen, einen politischen Willen auszusprechen. Dazu mutierte die demoskopische Meinung des Volkes zum Volkswillen. Diese Wandlung der politisch bekennenden Presse zur neutralen Berichterstatte vollzog sich nicht unwiderrprochen. Schließlich gab es viele Medien, die Umfragen brachten und daraus politische Forderungen im Namen des Volkes ableiteten. Dementsprechend billigten sie sich untereinander diese Rolle auch nicht zu. Doch in ihrem Gesamtverständnis

⁶⁸ Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, »Der Wind bläst Brandt ins Gesicht: Meinungsumfragen enthüllen einen Stimmungs-Umschwung unter den Bürgern«, Die Zeit Nr. 48 vom 23. 11. 1973; Albrecht Müller, »Bläst Brandt der Wind ins Gesicht? Eine Entgegnung auf Elisabeth Noelle-Neumann«, Die Zeit Nr. 49 vom 30. 11. 1973; für Umfrage von Infas 1974 vgl. Kap. 3,5.c, S. 297; vgl. als Publikationsbeispiele »beider« Seiten zur Debatte um die Tendenzwende Does/Gluchowski, Politische Einstellungen Jugendlicher; Greiffenhagen, Freiheit gegen Gleichheit.

⁶⁹ Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann, »Werden wir alle Proletarier?«, Die Zeit Nr. 26 vom 20. 6. 1975. Drei Jahre später erschien das Buch dazu: E. NOELLE-NEUMANN, Werden wir alle Proletarier?, 1978.

⁷⁰ Vgl. als bestes Beispiel für eine solche Übereinstimmung »Was der Wähler wirklich will«, Interview Michael Spreng mit Elisabeth Noelle-Neumann, Bild vom 15. 5. 1976.

als Medien, als unabhängige Beobachtungsinstanzen der Gesellschaft wandten sie sich in ihrem Anspruch gegen Demoskopien und Politik.

Das Prinzip, daß Medien sich durch die Umfragen als die öffentliche Meinung und damit auch als Sprachrohr der Bevölkerung legitimierten, setzte sich in den siebziger Jahren durch. Die Parteien leisteten jedoch Gegenwehr. Genauso wie die Bundesregierung auf die Kritik an Umfragen und ihrer Öffentlichkeit mit einer verstärkten Publizität reagierte, machten dies auch die Parteien. Diese verstärkten zunächst auch auf Landesebene den Einsatz von Umfragen. Was zuerst aus dem Kontext der wissenschaftlichen Planung von Politik an Umfragen und der damit gerechtfertigten Verwissenschaftlichung von Politik veröffentlicht wurde, geschah später unter dem Anpassungsdruck der stärkeren medialen Offenlegung ihrer demoskopischen Bedingungen. Die Parteien agierten dementsprechend offen mit Angaben zu ihren Umfragen und den daraus resultierenden Annahmen zur Wählerschaft. Insbesondere die SPD hatte diese Veröffentlichung demoskopischen Wissens seit 1969 betrieben; die CDU war mit den Angaben des SFK (und dann vermittelt über das IfD) bald danach gefolgt. Beide Parteien mußten jedoch im Laufe der siebziger Jahre einsehen, daß sie mit ihrer Veröffentlichungspolitik nicht (mehr) die mediale Verarbeitung der Daten in gewünschte Bahnen lenken konnten. Dies bekam auch die Bundesregierung zu spüren, als sie mit einer Richtigstellung einer Interpretation zur Trendfrage nur neue Anschlußmöglichkeiten für weitere Kommunikation erzeugte.⁷¹ Es gab zu viele Umfragen auf dem Markt und eine viel zu differenzierte Medienlandschaft, um die Wirkung der Daten überhaupt noch steuern zu wollen. Eher wurden immer schneller auf den Markt geworfenen Daten von den Medien gegen die Parteien gewendet und als Druckmittel benutzt. Allerdings hatten die Medien ein ähnliches Problem wie die Parteien hinsichtlich der Durchsetzung ihrer Steuerungsvorstellungen im Namen des Volkes. Ein paar Jahre, nachdem sich Regierungssprecher Klaus Bölling mit den Medien um die richtige Interpretation von Umfragen gestritten hatte, deutete er diese Vorgänge einer beschleunigten Kommunikation mit Hilfe der Umfragen als eine »Informationsexplosion«. Das Problem bestehe demnach nicht in der Beschaffung von Information, sondern darin, sich einen Weg durch das Dickicht der Information zu schaffen, um Orientierung zu gewinnen.⁷²

Demoskopie war vollständig in die Logik massenmedialer Kommunikation integriert worden. Durch die beständige Wiederholung ihres Tuns, über die kontinuierliche Beobachtung der Gesellschaft sicherte sie ihre mediale Existenz. Nur wenn nachrichtentaugliche Informationen, also eine Abweichung von den zuvor erzeugten Zahlen, verzeichnet werden konnte, erlangte sie beziehungsweise das darüber berichtende Medium Aufmerksamkeit. Die Bedingung ihrer medialen Existenz war damit die Abweichung von der Norm, verstanden als je zuvor präsentierte oder erwartete

⁷¹ Vgl. »Schmidt-Regierung ist jetzt fast so unpopulär wie Brandt-Regierung«, *Die Welt* vom 22. 4. 1976; Antwort von Klaus Bölling »Interpretation einer Umfrage«, *Die Welt* vom 24. 4. 1976.

⁷² K. BÖLLING, *Bundesregierung*, 1981, S. 78 f.

Abbildung der politischen Realität in Prozentzahlen. Damit gab die Umfrage den Medien die Möglichkeit, einfache, leicht verständliche, da durch die Zahlen in ihrer Komplexität reduzierte Berichterstattungen zu schaffen, mit denen die Medien sowohl als einfache Vermittler der Zahlen als auch zugleich als Vertreter der Volksmeinung auftreten konnten. Auf diese Weise lieferten die Daten Vorlagen für serielle Erzählmuster in den Medien über die politische Entwicklung in der Bundesrepublik: über den Auf- oder Abstieg von Themen, Personen und Parteien.

In dieser Situation, die durch die massenhafte Verbreitung von Daten und ihrer unterschiedlichen Interpretation durch die Demoskopien in den Medien während des Wahlkampfes 1976 entstanden war, zog erneut das ZDF als erstes Medium die entsprechende Konsequenz. Das Fernsehen entwickelte seine eigene kontinuierliche demoskopische Beobachtung der politischen Situation der Bundesrepublik. Ab Mitte 1977 strahlte es sein in die *Heute*-Nachrichten integriertes *Politbarometer* aus, in dem von Monat zu Monat die Veränderungen der Politik lückenlos verfolgt werden konnten. Zuvor hatte lediglich der *Spiegel* eine serienmäßige Berichterstattung geboten, allerdings beschränkt auf die Wahlkampfzeit. Nun erwies sich das auf Serialität setzende Erzählmedium Fernsehen als idealer Verarbeitungsort der Demoskopie, mit deren Hilfe sich die bundesrepublikanische Gesellschaft nun in ihrer stetigen Entwicklung beüben konnte.⁷³ Der sprechende Titel bot dafür in seiner Anspielung auf die Fieberkurven der Parteisympathien zudem eine wissenschaftliche Diagnose, von einer therapeutischen Perspektive einmal ganz abgesehen. Um die im Titel gewissermaßen versprochene Wissenschaftlichkeit zu garantieren, griff das ZDF auf die FGW zurück. Nach den Erfahrungen mit dem IfD im Wahlkampf 1969 und den Auseinandersetzungen zwischen den Demoskopien in den darauf folgenden Wahlkämpfen waren die Grenzen einer wissenschaftlichen Legitimierung des eigenen Tuns deutlich geworden. So schien statt einer Aufwertung der Sendung mit Hilfe der Daten eher Kritik und eine Abwertung aufgrund der potentiellen politischen Zuschreibung der Demoskopien möglich. Außerdem bestand die Möglichkeit, daß in einem solchen Fall auch die *Heute*-Nachrichten davon betroffen sein könnten. Wahrscheinlich trug zusätzlich die Position als staatliche Einrichtung mit genau nach Proporz besetzten Gremien dazu bei, daß sich das ZDF für die FGW als universitärem Institut mit entsprechend neutralem Ruf entschied, auch wenn anfangs einzelne Fragen anderer Institute hinzugezogen wurden.⁷⁴ Die überraschte Reaktion im Parteivorstand der SPD auf die Fernsehsendung zeigte, daß die Parteien noch nicht auf eine solche Beobachtung eingestellt waren.⁷⁵ Doch erwies sich auch hier ein Lerneffekt, diesmal auf Seiten der politischen Akteure: Es gab keinerlei Einsprüche oder sonstige Anmerkungen im Fernsehrat oder an anderer Stelle.

⁷³ Vgl. für die serielle Erzählweise insbesondere der Fernsehnachrichten K. HICKETHIER, *Narrative Navigation*, 1998.

⁷⁴ Vgl. als Beispiel die Sendung vom 29. 8. 1977 mit Daten von Marplan.

⁷⁵ Vgl. Bericht von Egon Bahr in der PV-Sitzung am 26./27. 6. 1977. Aufgrund der Archivsperrfrist von 30 Jahren kann zur Reaktion der CDU nichts gesagt werden.

Der Erfolg der Sendung stellte sich bald ein. Indem die Daten als neutral und objektiv anerkannt wurden, fanden sie ihren Weg in andere Medien. Vor allem in den Tageszeitungen wurden sie bald wiedergegeben. Daneben begannen auch andere Politiksendungen des ZDF wie die *Bonner Perspektiven*, die Daten der FGW zu nutzen. Ein weiterer Grund für den Erfolg der Sendung dürfte auch an den spezifischen visuellen Möglichkeiten des Mediums Fernsehen gelegen haben. Hatte schon der *Stern* in den sechziger Jahren auf die Strategie einer besonderen Visualisierung gesetzt und auch die Umfragen in fetten Balken dargeboten, so konnte das Fernsehen diese Illustration durch die Möglichkeiten der dynamischen Wiedergabe überbieten.

Im Laufe der siebziger Jahre hatten sich die Medien die Demoskopie angeeignet. Demoskopen und Parteien hatten mit ihrer Agenda den Medien die Mittel an die Hand gegeben und die Medien damit gelehrt und befähigt, dasselbe zu tun. Diesen Prozeß konnten sie trotz aller Bemühungen nicht mehr aufhalten, als sie die Folgen dieser Entwicklung zu spüren bekamen. Mit Hilfe der Präsentation der Umfragedaten konnten die Medien ihren eigenen Beobachtungsstandpunkt auf einen anscheinend neutralen und damit objektiven Beobachtungsort verlagern, der ihnen erlaubte, sich zu einer Art Volkssouverän zu erklären.⁷⁶ Die Legitimation dazu erhoben sie auf der Grundlage ihres Selbstverständnisses als sogenannte vierte Gewalt. Demnach glichen sie Boten, die ihre Pflicht erfüllten und nicht für die Nachricht verantwortlich zu machen waren. Medien liehen sich die Volkssouveränität, um mit dieser Legitimation die Daten durchzusetzen und sich selbst als machtvoller Akteur im politischen Prozeß einzubringen.

Doch lief dieser Kampf um die Deutungshoheit politischer Verhältnisse zwischen Politik, Medien und den Demoskopen selber bei weitem nicht so linear oder reibungslos ab, wie sich durch diese kurze Darstellung der siebziger Jahre vermuten ließe. Erneut von außen durch die politische Kritik an der ZDF-Sendung angestoßen, bemerkten die Medien ihre Möglichkeiten eigenständiger demoskopischer Interpretation. Der eigenen Verarbeitung wurde eine selbständige Produktion der Daten an die Seite gestellt. Damit setzte sich anhand der Demoskopie ein Lösungsprozeß von der Informationsabhängigkeit von den Parteien fort, der von den immer wiederkehrenden, eruptiven Auseinandersetzungen um die Deutungshoheit der Daten durch Parteien, Medien oder Demoskopen selber begleitet wurde.

4. Die politische Umfrageforschung wird medialisiert 1978–1990

Der seit den fünfziger Jahren existente und ausgeübte Anspruch der Parteien, Umfragen durchzuführen und zu interpretieren, wurde 1977 mit dem Einsetzen der kontinuierlichen Beobachtung durch das *Politbarometer* symbolisch gebrochen. Das *Barometer* war der Beginn einer massenmedial bestimmten Dauerbeobachtung der öffentlichen Meinung. Es erfolgte eine weitere Expansion der Umfragen in media-

⁷⁶ Vgl. L. LIPARI, *Polling as Ritual*, 1999.

lem Auftrag, die sich vor allem als Institutionalisierung der Trendbeobachtung bei den ohnehin darüber berichtenden Magazinen beschreiben läßt.

Gegenüber dem expansiven Verhalten des ZDF beschränkten sich die Fernsehmagazine der ARD weiterhin auf Themen, zu deren Bearbeitung je nach Bedarf unterschiedliche Institute herangezogen wurden. In der Regel wurden das IfD oder Infas bemüht. *Monitor* beschränkte sich hingegen zunehmend auf Infas und Emnid. Von den Wochenmagazinen breitete die *Quick* weiterhin nahezu wöchentlich Erkenntnisse zu Popularität und Bewertungen der Parteien mittels des Kehrman-Instituts aus, griff jedoch auch auf Emnid zurück, das sich unter der neuen Leitung von Werner Tacke ab 1977 mit über die Sonntagsfrage (für das Bundespresseamt) hinausgehenden Umfragen zurückmeldete. In den achtziger Jahren nahm die Anzahl der Umfragen in der *Quick* deutlich ab, zumal die Institute Infratest, Kehrman und Wickert sich nun mit Blitzumfragen abwechselten. Dagegen startete die Illustrierte *Bunte* erst in den achtziger Jahren ihre eigenen Umfragen mit dem Sample-Institut. Sogar die *Neue Revue* entdeckte politische Umfrageforschung in den achtziger Jahren, was nochmals auf die visuellen Möglichkeiten der mathematischen Erzählung von Politik verweist. Beim *Spiegel* erhielt Emnid ab 1977 wieder Aufträge und war nach Kooperationen des Magazins mit dem IfD der feste Partner durch die achtziger Jahre hindurch. Es führte erst ab und zu, dann regelmäßig ab 1987 in Monats- oder Zweimonatsabständen seine Beobachtungen der Wählerschaft aus. Der *Stern* blieb beim IfD, intensivierte aber die Berichterstattung über Umfragen, die bis zu wöchentlichen Umfrageberichten über Landtagswahlen reichten. Ein Wechsel ergab sich hier erst zur Bundestagswahl 1987, als das Magazin auf Forsa umstellte und mit Ausnahmen (Sinus) dabei blieb. Währenddessen präsentierte *Capital* Ende der siebziger Jahre einmal jährlich eine große Studie von Rudolf Wildenmann. Sie wurde aus Anlaß von Landtagswahlen oder der Bundespolitik durchgeführt und verschaffte ihm vor allem deshalb viel Aufmerksamkeit, da die Ergebnisse stark von den jeweiligen Wahlen abwichen. Wildenmann geriet deshalb allerorten in die Kritik, so daß auch die CDU von ihm abrückte. Als er sich außerdem auf eine Auseinandersetzung mit Elisabeth Noelle-Neumann einließ, veranstaltete das Magazin 1980 lieber ein »straw poll« statt einer demoskopischen Umfrage, danach sattelte es auf Emnid um.¹ Bei den Tageszeitungen blieben die zweitverwertende Berichterstattung ebenso wie die Ausnahmen durch *Bild am Sonntag* und *Die Welt am Sonntag* mit ihren Blitzumfragen Standard.

In den siebziger Jahren sah es zunächst noch so aus, als blieben die Parteien wichtigste Auftraggeber der Meinungsforschungsinstitute, und allein die »meinungsmachenden« Blätter würden sich den medialen Umfragen stärker widmen. Die seit

¹ Vgl. zunächst Kritik an der Umfrage 1977 in *Capital*: »Wer erforscht die richtige Meinung?«, Rheinische Post vom 3. 9. 1977 (Auseinandersetzung Wildenmann – Noelle-Neumann über voneinander abweichende Zahlen); auch Oberndorfer mischte sich ein: »Kritische Bemerkungen zu einer Meinungsumfrage«, Deutsches Monatsblatt 9/1977 (gegen Wildenmann). Diese Kritik setzte sich 1978 mit einer Umfrage zur Landtagswahl in Hessen fort. 1980 folgte dann über mehrere Monate eine Leserumfrage als Preisausschreiben: »Capital-Leserspiel: Wer in Bonn gewinnt – Wahlto«.

1976 stark schwankenden und widersprüchlichen Ergebnisse von Umfragen wurden als übliche Anzeichen demoskopischer Forschung gewertet, brachten aber gleichzeitig Kritik daran hervor. Zuerst wurde negativ hervorgehoben, daß die Institute zur Rechtfertigung abweichender Ergebnisse auf die fehlende Gewichtung hinwiesen. Dies brachte eine erneute Beschäftigung mit den Methoden der Demoskopie mit sich, da die Institute damit praktisch eingestanden, daß ihre Umfragen nicht die tatsächliche Wahlabsicht abbildeten und auch das exakteste Sample – es wurde auch wieder über die Frage von Quota- oder Zufallsstichprobe diskutiert – damit keine Garantie für die Zuverlässigkeit der Ergebnisse bilde. Dies war in den Wahlen 1969 zwar bereits zum ersten Mal feststellbar gewesen, war aber nicht weiter thematisiert worden.² Unterstützt wurde die erneut auflebende Kritik durch die im Wahlkampf 1976 erlebte und danach anhaltende Auseinandersetzung um Umfragen.

Die Demoskopie war als politisiertes Instrument in den Medien benutzt worden, erfuhr dann aber selber eine Medialisierung. In deren Verlauf hatten die Demoskopien selber einzugreifen versucht, um eine gewisse Deutungshoheit zu behalten oder um eine stellvertretende Auseinandersetzung zu führen, hatten dabei aber auch zunehmende Selbstthematisierung der Demoskopien in den Medien erzeugt. Auf diese Weise gerieten die Demoskopien selber in den Blick der Medien. In der *Spiegel*-Reihe »Demoskopien in Deutschland« wurde 1978 ein Bild von unseriösen und im Konkurrenzkampf zu merkwürdigen Forschungsmethoden greifenden Meinungsforschungsinstituten gezeichnet. Erneut war es dabei Günter Wickert, der zwar Ende der siebziger Jahre mit seinen Daten der meist referierte Meinungsforscher der Bundesrepublik war, aber aufgrund seiner obskuren Arbeitsmethoden in die Schlagzeilen geriet.³ Dies strahlte auf die Demoskopie insgesamt aus, die sich wiederum dem altbekannten Vorwurf der Manipulation der Meinungsbildung ausgesetzt sah. Doch die Kritik, die ihren Generalverdacht häufig an konkreten Anlässen beispielhaft festmachte, konzentrierte sich auf zwei Elemente.

Der erste und bereits bekannte Vorwurf bestand in der Frage der Beeinflussung der Wähler durch die Umfragen. Dieser Vorwurf setzte sich im Rahmen der aufgeheizten, polarisierten Auseinandersetzung der siebziger Jahre und der Verwicklung der Demoskopien darin fest und wurde solange wiederholt, bis schließlich im Vorfeld der Bundestagswahl 1980 erneut Veröffentlichungsverbote gefordert wurden. Diesmal wurden sie jedoch nicht von einzelnen Journalisten vorgebracht, sondern gingen, initiiert von einem einzelnen CDU-Landtagsabgeordneten, von der

² Das IfD hatte diese Begründung zur Erklärung der mangelnden Voraussagefähigkeit ihres Messungsinstruments 1972 angewendet. Vgl. E. NOELLE-NEUMANN/F. TENNSTÄDT, *Wahlrends in Deutschland*, 1973.

³ Ihm wurde Unseriosität vorgeworfen, weswegen er sich in den siebziger Jahren mit verschiedenen Zeitungen in Rechtsstreitigkeiten befand. Als sich Elisabeth Noelle-Neumann mit dem Vorwurf der »Gefahr einer Falschunterrichtung« an den Presserat wandte und Wickert dagegen eine einstweilige Verfügung einreichte, erfuhr Wickert große Aufmerksamkeit in einer insgesamt fünfteiligen Reihe des *Spiegel*: »Gefahr einer Falschunterrichtung« und »Falsche und gefälschte Zahlen«, *Der Spiegel* Nr. 40/41 vom 2./9. 10. 1978; erstmalig dazu »Falsche Zahlen«, *Spiegel* Nr. 4 vom 24. 1. 1977.

CDU und CSU aus. Die CDU konnte sich damit nicht durchsetzen, da SPD und FDP sich für eine verstärkte Veröffentlichung, und zwar aller Einzelheiten der Ergebnisse, aussprachen, um eine vollständige Information zu gewährleisten.⁴ Von diesem Zeitpunkt an wurde dieser Vorschlag von Zeit zu Zeit von unterschiedlichen Parteien beziehungsweise einzelnen politischen Akteuren, die sich jeweils in der Opposition befanden, wieder vorgebracht. Gleichzeitig scheiterten die Meinungsforscher mit ihren Bemühungen, sich in öffentlichen Auftritten, in Radio- oder Presseinterviews, selbst zu thematisieren und Demoskopie zu erklären, um das eigene Image zu verbessern und die harsche Kritik zu mildern.

Dem Ansehen fiel auch die Verbesserung der ›Prognostik‹ durch das bereits in den USA erfolgreich angewandte Nachfrageverfahren bei Wahlen (›exit poll‹) zum Opfer. Eine solche vor den Wahllokale erfolgende Umfrage sollte bereits zur Schließung der Wahllokale eine Hochrechnung des Wahlausgangs feststellen. Bei ihrem ersten Einsatz 1978 durch Infas bei der Landtagswahl in Hessen lag sie richtig. Danach plante auch das ZDF eine solche Nachfrage für die Bundestagswahl 1980. Der von Seiten der Medien wie der Parteien vorgebrachte Vorwurf, daß diese Umfrage Gefahren für die freie und geheime Wahl bedeuten und den Wahlakt entleeren (den Menschen die Wahl als solche überflüssig erscheinen lassen) würde, setzte sich durch und brachte die beiden Fernsehsender zu einem Verzicht auf das Instrument. Damit schien nochmals in einem fernen Echo die Kritik der fünfziger Jahre durch, daß die Bevölkerungsmassen der Führung bedürften, indem erklärt wurde, daß dem gemeinen Mann keine Hochrechnungen zuzumuten seien, da sein Verständnis nicht ausreiche.⁵ Auf diese Weise konnte die Methode, die dazu hätte dienen können, die Prognosen in der vorhandenen Form überflüssig zu machen, die Diskussion aber nicht entschärfen. Zur Bundestagswahl 1990 wurden ›exit polls‹ erstmals für eine Bundestagswahl verwendet.⁶

Der zweite Aspekt der Kritik an der Meinungsforschung richtete sich auf ihre mediale Verarbeitung. Damit war wiederum der Nutzungsaspekt angesprochen, der diesmal jedoch nicht in Bezug auf politische Akteure, sondern bezüglich der Indienstnahme durch die Medien thematisiert wurde. Allgemein wurde in der Kritik mit Umfragen Unübersichtlichkeit über die tatsächlichen Ansichten der Bevölkerung zu politischen Fragen aufgrund der ›Datenflut‹ verbunden. Umfragen galten als Wahlkampfmittel, das während der Wahlkampfzeiten wahlweise als ›billige‹ oder

⁴ Vgl. für Vorschläge ›Keine Umfrage-Zahlen vor der Wahl?‹, FAZ vom 22.7.1980 (zum CDU-Vorschlag); ›Wählerumfragen stoßen auf Skepsis‹, SZ vom 26.7.1980.

⁵ Vgl. Entwicklung der Beurteilung: ›Vor 70 Wahllokale warten die Interviewer‹, FR vom 16.10.1978; ›Wählernachfrage‹, Wirtschaftswoche vom 20.20.1978; ›Wahlen: Befürchtungen wegen Demoskopien-Nachfrage bei Wählern‹, dpa vom 11.10.1978; Martin Langner (MdB, CDU), ›Wählernachfrage verbieten – Manipulationsmöglichkeiten berühren die Grundsätze der freien Wahl‹, DUD vom 25.10.1978; ›Keine ›Nachfragen‹ mehr bei Wahlen?‹, DUD Nr. 211 vom 3.11.1978; ›Ein journalistischer Rückschritt‹, SZ vom 8.11.1978 (zum Verzicht von ARD und ZDF); ›Die politisch ungeliebte Wahlnachfrage‹, Münchner Merkur vom 28.3.1979.

⁶ Zur (methodischen) Geschichte des ›exit polls‹ in der Bundesrepublik im Vergleich zu den USA und GB vgl. J. HOFRICHTER, Exit polls, 2000.

»heiße [Handels-]Ware« bezeichnet wurde.⁷ Damit verband sich als eigentlicher Vorwurf an die Politik (und die Medien), daß im Wahlkampf alles Differenzierungsvermögen, was sonst aufgeboten wurde, vorübergehend vergessen werde. Dahinter stand die bekannte Forderung nach Sachlichkeit, so daß wieder der Wahlkampf zum eigentlichen Problem der Politik wurde.⁸ Bereits Ende der sechziger Jahre waren im Zuge der wachsenden Eigenständigkeit im Umgang mit der Meinungsforschung mit Blick auf die Manipulationsvorwürfe vereinzelt Forderungen nach gesetzlichen Regelungen und Regeln zur Veröffentlichungspraxis der Medien vorgetragen worden. Die Forderung nach einem Kodex für die Veröffentlichung von Umfragen avancierte nun zu einem zentralen Thema der Kritik.⁹ Der Presserat entschloß sich zu einer Empfehlung in dieser Richtung, ebenso wie die ASI einen Vorschlag zu einer solchen Selbstverpflichtung unterbreitete.¹⁰ Als Begründung für diesen Kodex wurde die dadurch ermöglichte selbständige Bewertung und Einordnung durch das Publikum genannt. Beide Forderungen nach gesetzlicher Einschränkung und verbesserter Information in den Medien konnten sich nicht durchsetzen und wurden seitdem regelmäßig vorgebracht.¹¹ Sie stellen zusammen mit konkreten Anmerkungen zum Umgang mit einzelnen Umfragen die Hauptkomponenten der Kritik. Fragen des demokratischen Potentials und die Kritik der Aushöhlung der repräsentativen Demokratie durch die Benutzung der Umfrage als Quasi-Plebizit durch die Hintertür fanden sich nicht mehr. Dennoch war die Kritik an fehlender Führung weiterhin implizit vorhanden, wenn politische Akteure betonten, daß Umfragen nur der Information dienten.

Die Parteien konnten sich nur langsam auf die veränderte kommunikative Situation einstellen. Sie mußten nach der Bundestagswahl 1976 erkennen, daß die Mitglieder mobilisierungen zur Umgehung der Massenmedien nicht ausreichten, um ihre Deutungsmacht zu konterkarieren. Jedoch verlief diese Erkenntnis für beide Parteien unterschiedlich: Während die SPD an die Grenzen ihrer Mobilisierung stieß, konnte die CDU erfolgreich ihre Mitglieder einsetzen. Dies reichte zwar aus, um die Mehrheit zu gewinnen, nicht aber, um mit einem Koalitionspartner die Regierung zu übernehmen. Daß die Parteien sich gegen die Nachfragemethode und ein Veröffentlichungsverbot wendeten, lag jedoch nicht nur an dem sich generell ver-

⁷ »Wahl-Demoskopen: Mal klar, mal knapp«, Der Spiegel Nr. 39 vom 25. 9. 1978 (»heiße Ware«); »Meinungsforscher – Helfer oder Magier?«, Rheinische Post vom 5. 9. 1977 (»billige Handelsware«).

⁸ Vgl. T. MERGEL, Stil der Sachlichkeit, 2003.

⁹ Vgl. u. a. »Von peinlichen und anderen Zahlen«, Rheinischer Merkur vom 21. 11. 1969; »Sind Meinungsfragen zuverlässig?«, Aachener Nachrichten vom 28. 1. 1971.

¹⁰ Auch das Bundespresseamt hatte bereits Ende der sechziger Jahre einen solchen Kodex in das Presserechtsrahmengesetz geschrieben, das aber nie verabschiedet wurde. Vgl. Vermerk vom 18. 11. 1971 zur »Frage der Kontrolle der politischen Meinungsforschung«, BA B 145/5472; »ASI fordert Impressum für Umfragedaten«, Context, Folge Nr. 380 vom 21. 6. 1980; »Presserat: Leser bei Meinungsumfragen nicht irreführen«, dpa am 28. 7. 1980.

¹¹ Vgl. für eine Übersicht über die Forderung nach einer Kodifizierung der Veröffentlichungspraxis und des tatsächlichen Umgangs mit den Grunddaten in den Medien, wenn auch nur für die neunziger Jahre F. DONOVITZ, Journalismus und Demoskopie, 1998.

ändernden Umgang der Medien mit Umfragen, sondern auch an den spezifischen Bearbeitungen. Die Gesellschaft schien massenmedial gelenkt zu werden, auch wenn gleichzeitig alternative Bewegungen und die neu entstehende Partei der Grünen das Gegenteil bewiesen. Gerade sie profitierten unter bewußtester Ablehnung der massenmedialen Vermarktung sogar von medialer Aufmerksamkeit. Die alternativen Listen waren spätestens durch ihre demoskopische Beobachtung fest in das Zahlenspiel und damit in die Denkstrukturen zur Herstellung von Mehrheiten eingebunden. Es ist jedoch noch ein Forschungsdesiderat, inwiefern die gesellschaftliche Selbstbeschreibung durch die Meinungsforschung zur Ausbildung und milieuartigen Findung sowie strategischen Herausbildung der Protestgruppen beitrug. Die Chancen der Protestbewegungen im Parteienbetrieb wurden ab 1977 abgewogen und gingen von der konstatierten »Staatsverdrossenheit« aus.¹² Ab 1978 wurde mit ihnen im wahrsten Sinne des Wortes gerechnet. Gleichzeitig wurde der Protest als Thema gefaßt und mit den Begriffen der Unzufriedenheit und der Zukunftserwartung gekoppelt. War ›Zukunft‹ zu Anfang der sechziger Jahre noch eine Frage der Parteien an die Institute auf der Suche nach einer Ansprache durch die Wähler gewesen, wurde diese Frage in den Händen der medialen Demoskopie zu einem Instrument, um Erwartungshaltungen der Bürger an den Staat und die dazu notwendigen Leistungen der Parteien zu formulieren. In diesem Sinne integrierten Medien demoskopisch alle politischen Alternativen in sich, sobald sie sich in das vorgegebene Raster der Identifikation nach Wählerschaften einfügen ließen und ein dafür notwendiges Profil in einer Umfrage zugeschrieben werden konnte. Die Demoskopie bot einen Weg, die Kritik von der Peripherie in das Zentrum der Politik, zu den verantwortlichen Parteien zu tragen, indem die strittigen Punkte in den Fragen thematisiert wurden und damit sowohl für die Parteien wie auch für das Publikum handhabbar gemacht wurden.¹³

Die Parteien schauten dieser Entwicklung zu einer ›Redespirale‹ über Politik zunächst lediglich zu. Die SPD konzentrierte sich auf das zu den neuen regionalen Parteien/Die Grünen abzuwandern drohende Wählerpotential, während die CDU sich mit der demoskopisch gestützten Drohung einer Spaltung konfrontiert sah und gleichzeitig eine Verbreiterung des Wählerpotentials mit einem ebenfalls demoskopisch konstatierten Wertewandel in Richtung eines neuen Konservatismus beschäftigte. So hoben beide Parteien jeweils als Hintergrunderklärung der Wählerentwicklung auf den ›Wertewandel‹ ab, ohne sich ein Bild von der Rolle der darüber redenden Medien zu machen. Die Parteien standen mit dieser Entwicklung vor dem Problem, daß ihr vormaliges Geheimwissen endgültig zu einem rein zeitlich begrenzten Vorsprungwissen reduziert war. Sie wurden nur noch kurz vor der Ver-

¹² Vgl. »Der Protest sucht sich eine Partei«, Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt vom 4. 9. 1977; »Kein Klima für Wechsel oder Wende«, Spiegel Nr. 42 vom 16. 10. 1978 (zu Chancen der Alternativen Listen/Grünen).

¹³ Vgl. für den Weg des Protests von der Peripherie ins Zentrum über die öffentliche Meinung N. LUHMANN, Politik der Gesellschaft, 2000, S. 315–318; für eine politische Lesart dieser Funktionsweise vgl. J. LEWIS, Opinion poll as a cultural form, 1999; L. LIPARI, discourse approach, 2000.

öffentlichung über erscheinende Umfragezahlen unterrichtet, um die Möglichkeit zu erhalten, die Reaktion darauf vorbereiten zu können. Daneben verfügten sie durch eigene singuläre Umfragen nur noch über ein geringes strategisches Wissen, das ihre Planung und Vorgehensweise längerfristig strukturieren sollte und das trotz Geheimhaltung dennoch oftmals nicht vor den Medien verborgen blieb. Alles andere wurde ohnehin von den Medien abgefragt und war sichtbar. Kommunikation war aufgrund der schnelleren Wechsel in ihrer Wirkung kaum berechenbar und aufgrund der Sichtbarkeit der Wählermeinung nur noch schwer mit dem Ziel, Führung zu belegen, umzusetzen. Zudem differenzierten sich die Medien weiter aus. Presseerzeugnisse sowie Fernsehkanäle nahmen zu, so daß auch deshalb gezielte Kommunikation, die von außen auf den Medienbereich gerichtet war, immer weniger zu den sich aufteilenden Zuschauergruppen durchdrang.

Erst im Laufe der achtziger Jahre veränderte die Tagespresse ihre Umgangsweise der vornehmlichen Zweitverwertung und ging Kooperationen mit einzelnen Instituten ein.¹⁴ Damit näherte sich die Gesamtsituation in der Verarbeitung von Umfragen der Situation in anderen Ländern an, wo bereits von Beginn an die Presse eine sehr wichtige Rolle für die Auftragsvergabe und Verarbeitung der Umfragen gespielt hatte. Die Auftragsvergabe der Medien wuchs in den folgenden Jahren zu einem gleichwertigen Auftraggeber wie die Parteien und die Regierung heran, die bis dahin die größten Finanziere von politischen Umfragen waren.¹⁵ Vorzugsweise die bundesweit erscheinenden Tageszeitungen schafften damit die verspätete Berichterstattung ab, bei der die Zahlen zuvor bereits im Fernsehen präsentiert worden waren. Außerdem schienen die vom Bundespresseamt finanzierten Trendumfragen aufgrund ihrer allseitigen Verfügbarkeit nicht mehr so attraktiv und ausreichend zu sein. Neben dieser Entwicklung trug eine weitere Expansionsstufe an Umfragen im Fernsehen bei. So wurde 1982 im *Bericht aus Bonn* in der ARD eine regelmäßige Umfrage eingeführt, bevor sie 1989 in die *Tagesthemen* transferiert wurde. Den Vertrag schloß die ARD mit Infas, ihrem Institut für die Wahlberichterstattung ab. Außerdem verstärkte *Report* seine demoskopisch gestützte Berichterstattung und brachte als Höhepunkt dieser Beobachtung zur Wahl 1987 auch einen *Trend-Report* von Infas. Als Zeichen weiterer Eigenständigkeit wurde das *Politbarometer* 1985 aus den *Heute*-Nachrichten zugunsten eines eigenen Sendeplatzes am Freitag abend, im Anschluß an das *Heute-Journal*, angekoppelt. Zudem brachten weitere Sendungen wie *Kontraste*, *Studio Eins*, *Bonn direkt* oder *Brennpunkt* Umfragen. Letztere Sendung bildete eine Ausnahme, denn sie konzentrierte sich auf Diskussionen über Mei-

¹⁴ Für die Zeit ab den achtziger Jahren gibt es auch erste empirische politikwissenschaftliche Untersuchungen über Meinungsforschung in den Medien. Vgl. für quantitativen Überblick F. BRETTSCHEIDER, *Wahlumfragen und Medien*, 1996.

¹⁵ Vgl. für Auftragsvolumina der Institute W. GELLNER, *Demoskopie, Politik, Medien*, 1996. Diese Aussage kann aber aufgrund der weichen Grenzen der Definition politischer Umfragen (Gehören Ministerien dazu und in welchen Fällen kann man sie dazu rechnen? Wie steht es mit stellvertretenden Auftraggebern wie der »Waage« in den fünfziger Jahren?) und der auf Freiwilligkeit beruhenden Angaben (»Opportunitätsgrenzen« in den Angaben) nicht exakt bestimmt werden.

nungsforschung. Regelmäßig waren dort Demoskopien zu Interviews über konkrete Umfragen, aber auch zur politischen Rolle der Demoskopie, eingeladen. Das Jahr 1990 sah eine vorher nicht gekannte Flut von Umfragen, die sich an die Ereignisse in der DDR anschlossen.¹⁶

Erst in den neunziger Jahren erwuchsen aus der Auftragsvergabepraxis der Medien beständige multimediale Kooperationen wie zwischen RTL, *Die Woche* und Forsa oder Emnid, *Spiegel* und NTV (mit der eigenen Sendung *Emnid-TV*).¹⁷ So gewannen die multimedialen Kooperationen der Demoskopien an Bedeutung, da hier Zahlen nun mit einem Termin in verschiedenen Medien gleichzeitig verarbeitet wurden und damit wiederum eine erhöhte Chance auf eine Wahrnehmung besaßen – hätten nur einzelne Medien Umfragen in Auftrag gegeben, wäre die Reichweite der Daten sehr gering ausgefallen. Dies löste die Streuung der Daten über mehrere Tage ab und ermöglichte eine weitere Beschleunigung, denn am folgenden Tag konnte diese demoskopische Nachricht durch eine andere Umfrage erneuert werden. Sie konnten sich zudem aufeinander beziehen: Während am Anfang die Umfragen noch als einzelne Ereignisse zitierbar waren, verlor sich diese Ereignisspur, die sich in den fünfziger Jahren noch über mehrere Wochen hinziehen konnte, bis im Laufe der siebziger Jahre eine demoskopische Dauerkommunikation einsetzte, bei der nur noch eine Umfrage die andere ablöste und sich auf die vorhergehende bezog.¹⁸ Das mediale System der Beschreibung politischer Realität mit Hilfe von demoskopischen Zahlen konnte nun durch seine Redundanz überleben, da es sich über die kontinuierliche Befragung überhaupt seine Existenz sicherte. Diese Entwicklung zur medialen Selbstreferentialität deutete sich Ende der siebziger Jahre an, so daß die Zäsur des *Politbarometers* im ZDF diesbezüglich einen symbolischen Charakter besitzt.

Mit dieser Entwicklung demoskopisch-medialer Eigenständigkeit verband sich ein eigenes Programm der Medien zur Thematisierung von Politik, indem Umfragen selber in Auftrag gegeben, selber interpretiert und damit streckenweise die Themen und Sichtweisen durch sie selber bestimmt wurden. Im Anschluß an die abklingende Polarisierung wurden die demoskopischen Daten nun nicht mehr im Stellungskampf gegeneinander positioniert. Sie dienten als Beweis der Unfähigkeit nicht nur einzelner Parteien, sondern der Politik insgesamt. Medien konnten das Wissen über Politik in Teilen steuern und damit die Regeln des Diskurses definieren. Mit der Verschiebung zu einer medialen Selbstreferentialität waren auch die bis dahin gepflegten und nur partiell angepaßten Kommunikationsmodelle der Parteien hinfällig geworden. Zunächst hatten sie ihrerseits mit einer Abwehr der Funktionsmechanismen der Medien reagiert. Neue Methoden der demoskopischen Daten-

¹⁶ Vgl. F. BRETTSCHEIDER, Demoskopie im Wahlkampf, 2000, S. 94. Die Zahlen erwiesen sich jedoch als gering gegenüber dem Anstieg in den folgenden Bundestagswahlen.

¹⁷ Vgl. dazu F. DONOVITZ, Journalismus und Demoskopie, 1998.

¹⁸ In diesem Sinne funktionierte auch die Zitierhäufigkeit dieses Kapitels. Erst in dem Moment, als das serielle Abfragen unter hohem Zeitdruck einsetzt, beginnen Frank Brettschneiders Untersuchungen, so daß in den quantitativen Darstellungen diese Angaben nur winzig klein scheinen im Vergleich zu denen der neunziger Jahre.

erhebung und ihrer Veröffentlichung wurden unisono abgelehnt, wie an der Nachwahlbefragung und den Forderungen zum Veröffentlichungsstopp seit 1980 ersichtlich wird. Sie hatten beide bis dahin an ihre jeweiligen Kommunikationsmodelle geglaubt und begriffen erst langsam, daß sowohl Meinungsbildung wie auch die Herstellung von Öffentlichkeit beziehungsweise öffentlicher Meinung anders funktionierte als noch zu Beginn der siebziger Jahre vorgestellt. Der Wunsch, daß die Medien einen Resonanzboden für die eigene Politik bildeten, blieb genauso erhalten wie die Skepsis ihnen gegenüber. Auch wurden Vorstellungen des Stimulus-Response-Modells zur Meinungsbildung der Wähler prinzipiell beibehalten. Allerdings verschob sich die Wahrnehmung der Rolle der Medien darin. Das Modell wurde durch verschiedene Variablen, zum Beispiel die Nutzer und ihre Umwelten, erweitert und mit anderer Gewichtung oder Perspektive versehen, so daß es dadurch an Komplexität gewann und damit stärker auf Schwierigkeiten der Steuerung verwies, wenn nicht gar die Unmöglichkeit einer Steuerung aufzeigte. Die Anerkennung der Eigenständigkeit des medialen Bereiches hinderte die Parteien jedoch nicht daran, weiterhin Umfragen in ihrem Sinne zu benutzen. Sie »konnten« auch nicht damit aufhören, wollten sie sich nicht ihrer eigenen Handlungsmöglichkeiten berauben.

Die achtziger Jahre sahen hier einen Differenzierungsprozeß innerhalb der Parteien, bei dem die Bedingungen eigenständiger massenmedialer Kommunikation nun als Folge der medialen Entwicklung der siebziger Jahre neu reflektiert wurde. So hatte die SPD lange auf Mitglieder zur Herstellung einer alternativen Öffentlichkeit gesetzt, während die CDU in den siebziger Jahren die Massenmedien in ihre Kommunikation eingebaut hatte.¹⁹ Massenmedien nahmen als Hauptkommunikationsmittel für politische Information die wichtigste Rolle ein, indem ihnen die Fähigkeit der Definition der Wahrnehmung beziehungsweise deren Lenkung zugewiesen wurde. In dieser Perspektive gewann eine Kommunikationstheorie wie die des Agenda Setting an Plausibilität und modifizierte die Herangehensweise der Politik an mediale Kommunikation zu einer spieltheoretisch informierten Versuchsanordnung von Themen, Kontexten, Wählern und verschiedenen Medien, ohne daß sich an der Darstellung der Demoskopie in den achtziger Jahren etwas änderte. Dies verschob das demoskopische Interesse von Fragen an den Wähler nach dem »Was« und »Wie« auf Fragen der Aufmerksamkeit als entscheidende Leitdifferenz der Medien, anhand der diese entschieden, was als berichtenswerte Information galt oder nicht.²⁰ Ausgerichtet an dieser Differenz, fragte die Demoskopie nun nach dem »Wie« auf eine medial gebrochene Art, das heißt, Zeitsetzung (»Timing«), Kontext und mediale Bedingungen der Kommunikation wurden ebenfalls zu demoskopischen Faktoren. Damit blieb die Vorstellung von der Machbarkeit der öffentlichen Meinung durch politische Akteure und ihre Öffentlichkeitsarbeit jedoch erhalten, so daß die

¹⁹ Vgl. dazu auch den Zusammenhang von Medien und Mitgliedern als kontrastive Möglichkeiten zur Herstellung von Öffentlichkeit in Kap. 4.2.e.

²⁰ Vgl. zu der Frage, anhand welcher Kriterien (Aufmerksamkeit oder Information) Massenmedien operieren, J. GERHARDS, Politische Öffentlichkeit, 1994, hier S. 94; N. LUHMANN, Realität der Massenmedien, 1996, S. 36.

Frage der medialen Aktion in ihrer Bedeutung wuchs. Damit hatte gleichzeitig das Über-Politik-Reden im Differenzierungsprozeß der Medien an Bedeutung gewonnen, nicht die symbolische Politik als Kommunikationsmittel.²¹ So nahm zwar die Kommunikation über Politik zu, es wurde aber weder mehr ›symbolische Politik‹ betrieben noch diese als Surrogat des Entscheidungshandelns eingesetzt.

Diese Verschiebung beschrieb nun eine Versuchsanordnung von politischer Kommunikation, die von der Demoskopie ausging und wieder bei ihr ankam. Daran angelehnt entstand eine andere Vorstellung von Öffentlichkeit, die sich von den Ideen einer ›kritisch‹ konstruktivistisch gedachten Vorstellung wie bei Habermas oder der rein ökonomischen Vorstellung unterschied, indem sie auf die Praktiken der Öffentlichkeitsproduzenten und in der Öffentlichkeit Handelnden verwies.²² Die in den achtziger Jahren entwickelte Kritik warf der Politik eine Unterordnung unter den »neuen politischen Fetisch« der öffentlichen Meinung vor, der das »Spiel der Politik« mit neuen Regeln der Legitimität von Politik versah, indem Entscheidungen unter die ständige Legitimierung der gemessenen öffentlichen Meinung gestellt wurden. Dabei betonte sie gleichzeitig die Abgeschiedenheit, die diesem Konstrukt inne wohnte. Die Behauptung der Zirkularität des demoskopischen Produktionsprozesses öffentlicher Meinung ging von einem illegitimen Transfer wissenschaftlichen Ansehens auf die mathematische Erfassung von Antworten über. Diese Erfassung verband in einem komplexen zusammenhängenden System die politische Elite mit der meinungsmachenden intellektuellen Elite der Medien. Dies geschah mittels der Umfragen, die in einer »rationellen Demagogie« die Antworten bereits vorgaben und sie auf diese Weise manipulierten.²³ Damit wandte sich diese Kritik nicht an eine mediale Selbstreferentialität, sondern es handelte sich vielmehr um eine eher konventionelle Kritik, die die Medien auf besondere Weise einbezog und gleichzeitig die Bedeutung der Medien für die neuen sozialen Bewegungen hervorhob²⁴: Sie summierte die Entwicklungen der politischen Kommunikation seit den sechziger Jahren. Sie hielt dabei an alten Kritikpunkten der ausbleibenden Führung durch eigens getroffene Entscheidungen und der nicht erhobenen ›echten‹ Meinung fest. Die Demoskopie verfehlte demnach die wissenschaftlich gebotene Erfassung der tatsächlichen Probleme einer gar nicht existierenden Meinung eines großen Teils der Bevölkerung, der nicht wirklich gefragt wurde beziehungsweise für den niemand sprach. Auf diese Weise wurde die Vorstellung der öffentlichen Meinung als repräsentatives Sample als sich selbst manipulierende Fiktion einer Elite und somit als zutiefst undemokratisch entlarvt. Dies stellte eine Weiterentwicklung der normativen Demo-

²¹ Vgl. für die These der Zunahme symbolischer Politik U. v. ALEMANN/S. MARSCHALL (Hrsg.), *Mediendemokratie*, 2002; U. SARCINELLI (Hrsg.), *Politikvermittlung*, 1987.

²² Vgl. auch L. LIPARI, *Polling as Ritual*, 1999.

²³ Vgl. P. CHAMPAGNE, *Die öffentliche Meinung*, 1991; als Beispieluntersuchung vgl. ders., *Le médiateur entre deux Mondes*, 2000.

²⁴ Vgl. P. CHAMPAGNE, *Manifestations médiatiques*, 1993; F. NEIDHARDT (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*, 1994; K. FAHLENBRACH, *Protest-Inszenierungen*, 2002.

skopie-Kritik unter einer anderen, von Partizipation und Folgen sozialer Ungleichheit abgeleiteten demokratietheoretischen Perspektive dar.²⁵

Dahingehend wurde auch das Problem der nur scheinbar fluiden öffentlichen Meinung thematisiert. Trotz der unterschiedlichen und höchst beweglich scheinenden Feststellungen zur öffentlichen Meinung traten nämlich bei den Wahlen eben jene zuvor ausgemachten Schwankungen wieder hinter dem Eindruck eines über lange Zeit stabilen Wählerverhaltens zurück, das die Schwankungen in der Meinungsforschung als Simulation von Ereignissen erscheinen ließ. In der Diskussion zur medialen Verarbeitung der Umfragen seit dem Beginn der siebziger Jahre war dies als technisches Problem subsummiert und in seiner Bedeutung erfolgreich abgewertet worden. Permanente Beobachtung und Berichterstattung über wechselnde Meinungen schufen eine öffentliche Sphäre der beständigen Infragestellung von Entscheidungen. Die politisch zu treffenden Entscheidungen wurden damit unter dem Eindruck einer anscheinend zunehmenden Komplexität der Probleme zur permanenten Diskussion gestellt. Im Rahmen der massenmedialen Berichterstattung war die Demoskopie demnach ein allseits zu beobachtendes Mittel der Selbstbeobachtung, das in der Öffentlichkeit nur als Konstrukt fungierte, um die Beobachtungsmöglichkeit sicherzustellen. In dieser Situation beständiger Konstruktion und des gleichzeitigen Zerfalls wurde das Bild der zirkulär arbeitenden Demoskopie durch die Beständigkeit ihrer Produktion von öffentlicher Meinung durch festgelegte Regeln und Beteiligte aber gerade stabilitätsbildend und ermöglichte auf dieser Basis eine Berechenbarkeit. Nur das beständige Kommunizieren machte darin Politisches sichtbar.

Im Verlauf der siebziger Jahre wandelte sich die Meinungsforschung von einem parteipolitischen zu einem medienpolitischen Instrument. Nachdem zunächst Meinungsforschung als einfache Abbildung von Realität in Form einer Wissensabfrage akzeptiert wurde, entwickelten die Medien seit den Irritationen durch die heftige Kritik im Vorfeld des Bundestagswahlkampfes 1957 und des Fehlprognose->Skandals 1965 ein eigenes Interesse an der Demoskopie. Zunächst drückte sich diese neue Aufmerksamkeit in einer stärkeren Berichterstattung aus, die mit einer skeptischeren Sicht auf die Daten einherging. Die Parteien forcierten gleichzeitig die mediale Präsentation, indem sie viele Umfragedaten in ihrer externen Kommunikation einsetzten. Auf diese Weise förderten sie das Interesse der Medien. Die Skepsis gegenüber der Demoskopie steigerte sich Ende der sechziger Jahre zu einem generellen Mißtrauen gegenüber der Meinungsforschung als manipulatives Herrschaftsinstrument, so daß hier die Diskussion über Meinungsforschung in die Haltung der Berichterstattung einfloß. Aus diesem Mißtrauen heraus entstand eine sich eigen-dynamisch und selbstreferentiell fortsetzende Entwicklung zu einer eigenen Auftragsvergabe und Interpretation, die schließlich zur Institutionalisierung der demo-

²⁵ In diesem Fall der Ausarbeitungen Patrick Champaignes ging sie auf die Theorie der Kapitalsorten und der These Pierre Bourdieus zurück. Vgl. P. BOURDIEU, *Les Doxosophes*, 1972; P. BOURDIEU, *Die öffentliche Meinung*, 1993 (frz. 1971).

skopischen Dauerbeobachtung in den Medien am Ende der siebziger Jahre führte. In den achtziger Jahren übernahmen die Medien die Führung in der Auftragsvergabe der politischen Meinungsforschung, während die Parteien erkennen mußten, daß die Sichtbarkeit der Umfragen durch die Reduktion ihres Vorsprungwissens und einer nicht in ihrem Sinne stattfindenden Berichterstattung die (angenommene) Steuerung erschwerte. Die Medien wurden mit Hilfe der Demoskopie zum ›eigentlichen‹ Volkssouverän, mit dem sie ihre Interpretationen legitimierten. Sie machten sich auf diese Weise die mit von den Parteien geförderte Vergleichbarkeit durch demoskopische Kategorien zu Nutze.

Von der Verwissenschaftlichung der Politik zu ihrer demoskopischen Medialisierung

Mit der Einführung und Ausbreitung der Demoskopie als Meßinstrument politischer Meinungen vollzog sich ein weitreichender Wandel der Konzeptualisierung von Politik und insbesondere der politischen Kommunikation. Im Gefolge der Durchsetzung der Demoskopie in CDU und SPD veränderten sich deren Beschreibungs- und Bewertungsmuster und paßten sich den demoskopischen Klassifikationsschemata an. Mittels der sich aus der Demoskopie ableitenden Kategorienbildung setzte sich eine gleichgerichtete Betrachtung durch, die es den Parteien erschwerte, Gesellschaft unter klassenkämpferischen oder aber ständisch-konfessionellen Perspektiven zu beobachten. Die Parteien lernten, sich an der demoskopischen Beobachtung zu orientieren und eigneten sich im Laufe der sechziger Jahre diese neuen Vorstellungen zur Funktionsweise von Politik und Maßstäbe der Kommunikation an. Dabei kamen sie sich strukturell näher. So ersetzte die Demoskopie das chiliastische Weltbild der SPD durch eine sozialwissenschaftliche Planung von Politik. Diese Offenheit blieb jedoch prekär, da sie an die Frage der Macht gebunden war. Letztlich bestand dieser Ersatz in einer pragmatischen Wendung der Steuerungsvorstellung von Gesellschaft, deren Perspektive spätestens Mitte der siebziger Jahre wieder zusammenschrumpfte. Auch in der ›Pragmatisierung‹ der Vorstellungen politischer Perspektiven fand also eine Angleichung statt. Dieser Wandel soll abschließend anhand einiger Stichworte abstrakt beschrieben werden, ohne die Erkenntnisse in ihrer Fülle nochmals ausbreiten zu wollen.¹ Dabei tritt deutlich die Zirkularität des Vorgangs von Beobachtung und Beschreibung, den Wahrnehmungsbedingungen und ihren Folgen hervor.

Am Anfang stand die Verwissenschaftlichung der Parteipolitik, die sich zwischen 1950 und 1970 vollzog. Entscheidend war dafür der Übergang zur Akzeptanz demoskopischer Kategorien als gültige Beschreibungsmechanismen der Realität zu Beginn der sechziger Jahre. Die Parteien entdeckten die Demoskopie zunächst als Technik zur analytischen Zergliederung der Wählerschaft, mit deren Hilfe sich Politik neu programmieren ließ. Dabei ›entzauberten‹ die Demoskopien alte Vorstellungsbilder, gleichzeitig wirkten jedoch auch die Demoskopien wie ›Zauberer‹, wenn sie mit ein paar technischen Hilfsmitteln die politische Realität mit ihren Prozentzahlen neu erklärten und ihren Ansichten mit Grafiken Evidenz verliehen: »Polls [...] provide an illustration of certainty. Outside of the academy, there are few people who

¹ Für eine ausführlichere Darstellung der Vorgänge und Auswirkungen der Verwissenschaftlichung der Parteien vgl. das Zwischenfazit.

understand social science and research methods. Provide a table, a graph, and a chi-square, and you've got the whole room thinking you're a genius.«²

Wie diese Überzeugungsarbeit funktionierte, wurde anhand der Popularisierung in der SPD durch Infas besonders deutlich. Die Demoskopie fungierte außerdem als zentrale Sammel- und Transferstation verschiedener wissenschaftlicher Beratungsleistungen für die Parteien, indem sie, aufbauend auf ihrem ›Rohstoff‹ des Samples, unterschiedliche wissenschaftliche Ansätze absorbierte und diese in eine spezifische Variante der Politikberatung umsetzte. Dabei nutzte sie die Sozialstatistik, verschiedene soziologische Ansätze aus der Schichtungs- und Mobilitätsforschung, die Psychologie (Motivpsychologie) sowie medienwissenschaftliche oder kommunikationstheoretische Ansätze, um sie mit demoskopischen Beobachtungen zu kombinieren und auf verschiedenen Ebenen der Parteipolitik einzusetzen. Auf diese Weise erschöpfte sich der Prozeß der Verwissenschaftlichung der Politik auch nicht in einem immer weiteren Vordringen der Experten und einer Professionalisierung. Gedacht als Hilfestellung zur Adaption der Anforderungen einer sich wandelnden bundesrepublikanischen Gesellschaft im Sinne einer machtvollen Stimmenmaximierung, drangen Demoskopien in die Parteiapparate ein und wurden Teil von ihnen. Damit entpuppte sich die Demoskopie als eine wichtige Keimzelle der Politikberatung der Parteien in Westdeutschland. Schließlich trug die Meinungsforschung nicht unwesentlich zur Veränderung der Organisationen bei, indem sie ihre Beobachtung auf den internen Bereich ausdehnte, nachdem sie anfänglich dort als Hilfsinstrument zur innerparteilichen Machtbildung sowohl in der CDU als auch in der SPD eingesetzt worden war. Sie unterzog die internen Abläufe einer entsprechenden Beobachtung, bezogen auf Mitglieder und interne Kommunikation, und wiederholte damit die nach außen ablaufenden Beobachtungs- und Wandlungsprozesse im Inneren. Zugespitzt formuliert, veränderte sich infolge der Ausdifferenzierung der Parteiorganisation durch und mit Hilfe ihrer Verwissenschaftlichung auch die Funktion von Politik.

Die Beobachtung zweiter Ordnung schuf ein eigenes Kategoriensystem, so daß nun die selbst erzeugten Unterscheidungen die weiteren Beobachtungen anleiteten. Auf diese Weise wurde ein anderes Verhältnis zwischen Politik und ihrer Umwelt, der Öffentlichkeit, hergestellt und Politik in der Folge selber verändert. Der politische Code ›Macht‹ wurde auf der Grundlage anderer Unterscheidungen, die sich sowohl auf die Wahrnehmungsperspektive als auch auf die Beschreibung auswirkten, neu konstruiert, indem die Meinungsforschung andere Beobachtungsperspektiven wie zum Beispiel die Beschreibungen der Gesellschaft anhand von Klassen oder Konfessionen ablösten. An ihre Stelle traten aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen gespeiste, demoskopisch erzeugte Vorstellungen zur »Bindung« an eine Partei und Faktoren einer entsprechenden Entscheidung. Diese Form der Beobachtung war unabhängig von der in den Parteien zunächst vorhandenen politischen

² So Elaine Karmach, eine ehemalige Beraterin Bill Clintons, R. M. EISINGER, *Evolution of presidential polling*, 2003, S. 190.

Bewertung installiert, schloß aber an den jeweiligen Denkstil der betroffenen Partei an. Die Demoskopie erlangte mittels der Etablierung dieser neuen Kategorien die Definitionsmacht über die Unterscheidungen des Politischen, über das, was als politisch und relevant für eine Stimmenmaximierung erachtet wurde. Dabei begrenzte sie sich weder auf die Wähler noch auf die Zeit der Wahlkämpfe. Die Beobachtung zweiter Ordnung ging über die Neuordnung der Wählerschaft hinaus – sie beobachtete sie nicht nur anhand der aus der Sozialstatistik abgeleiteten Kriterien, sondern tat dies in allen Dimensionen der Politik. Sie zergliederte den gesamten politischen Körper und untersuchte die Einzelteile bezüglich möglicher Verhaltensweisen unter Beachtung aller erdenklichen Umwelteinflüsse, die von möglichen Verhaltensweisen der Parteigegner über die Darstellung in den Medien bis hin zur Rolle des Wetters für die Wahlbeteiligung reichten. Damit war die Beobachtung zweiter Ordnung an ihrem eigentlichen Beobachtungsziel angekommen, der Öffentlichkeit. Dieser unberechenbare »Heilige Geist der Politik« sollte durch die demoskopische Berechnung gezähmt werden.³ Die Demoskopie lieferte dazu nicht nur die »Momentaufnahmen« der Meinungen, sondern auch die Aussichten auf mögliche Reaktionen auf Entscheidungen oder Nicht-Entscheidungen. Um diese Reaktionen sicherzustellen, entwickelte sie Regeln zur Beschreibung möglichen politischen Verhaltens und dessen Folgen. Ein wahres Feuerwerk an Regeln ergab sich dabei aus der Metapher des Kopf-an-Kopf-Rennens, die seit der Annäherung der Stimmzahlen in den sechziger Jahren zum festen Repertoire jedes Wahlkampfes gehört und bei der unterschiedlichste Verhaltensweisen und Vorstellungen zur Mobilisierung mitschwingen.

Die Parteien ergriffen die Möglichkeit der Beobachtung und Absicherung ihrer Entscheidungen zunächst allein unter der Perspektive der Stimmenmaximierung, also entlang ihrer Steuerungswünsche. Sie setzten die Beobachtung für ihre Planungen und die Umstrukturierung ihrer Organisationen ein, aber vor allen Dingen benutzten sie die Daten und Beschreibungen in der politischen Kommunikation. In dieser Hinsicht politisierten sie die Meinungsforschung, genauso wie diese ihren Teil zur Verwissenschaftlichung der (Partei-)Politik beitrug. Dabei mußten die politischen Akteure bald erfahren, daß diese Form der Beobachtung ihnen weder exklusiv zur Verfügung stand noch einen dauerhaften Vorsprung verschaffte. In der Benutzung der Beobachtung merkten die Parteien recht schnell, daß ihre zumindest teilweise vorhandenen Vorstellungen einer rationaleren, effektiveren oder wissenschaftlichen (im Sinne einer Wahrheitsproduktion) Politik nicht zutrafen. In der Auseinandersetzung zwischen Regierung und Opposition zeigte sich, daß die eigenen Beobachtungen nicht exklusiv blieben und sich durch eine allseitige Beobachtungsmöglichkeit gegenseitig aufhoben. Damit konnten die politischen Akteure ihre Macht mit Hilfe demoskopischer Erkenntnisse nicht effektiver einsetzen. Der Machtcode blieb als solcher erhalten, wurde aber spezifisch demoskopisch überformt. So erhielt Politik eine neue temporale Struktur, in der alle möglichen potentiellen Verhaltensweisen zuerst auf die potentielle Reaktion des Publikums abgefragt

³ N. LUHMANN, *Die Politik der Gesellschaft*, S. 397.

werden konnten, bevor sie eingesetzt wurden. Letztlich führte das dazu, daß statt einer Entscheidungsfindung diese in die permanente Aushandlung mittels Demoskopie gestellt wurde.

Bei der Dekorporierung der Politik konzentrierte sich die Demoskopie zunächst im Auftrag der Parteien auf die Wählerschaft. Im Anschluß an die sozialstatistische Beschreibung der Bevölkerung entwickelte die Umfrageforschung ihr grundlegendes Kategoriensystem zur Beschreibung der politischen Verhältnisse in der Gesellschaft. Das soziale Substrat der Macht wurde hier mit Hilfe der »Verdatung« der Wähler in deren Verhältnis zu den Parteien neu bestimmt. Anhand verschiedener objektivierbarer Faktoren desaggregierter Daten wurde die Wahrscheinlichkeit der Wahlentscheidung für die eine oder die andere Partei bemessen und für eine Ansprache in Betracht gezogen. Wähler wurden aus den vor-demoskopischen Vorstellungshorizonten oder weltanschaulichen Prägungen herausgeholt und in ein neues Netz aus sozialstatistischen und auf Meinung und Wertorientierungen fußenden Kategorien gestellt. Auf diese Weise wurde Wählerschaft neu definiert als Markt, in dem prinzipiell jeder Wähler jede Partei wählen konnte, aber aufgrund spezifischer Bezugskonstellationen nur diese oder jene Partei tatsächlich wählte. Mit Hilfe eines sich weiter ausdifferenzierenden Kategoriensystems wurden die Wähler zu kleineren Einheiten als nur Stamm- und Wechselwähler zusammengefaßt und eine adäquate Ansprache entwickelt, auch wenn das Dilemma zwischen den lockenden neuen Ufern der Wechselwählerschaft und dem Erhalt des loyalen Wählerstamms fortexistierte. Die Kategorien wurden zur Beschreibung auf alle erdenklichen Einheiten verwendet, sei es auf »die Frauen«, verschiedene Themen oder einzelne politische Akteure.⁴ Die beiden letzten avancierten zu den wichtigsten demoskopischen Beobachtungen im Laufe der sechziger Jahre, da sie zu den wichtigsten Sichtmarken der Parteien wurden. Dementsprechend wurden sie zu Chancen umgerechnet, um Wähler zu überzeugen und die sich von Wahl zu Wahl steigende Unsicherheit über das Verhalten der Wähler mittels deren genauer Beschreibung wieder einzuholen. Zugleich boten die individualisierten Daten in ihrer öffentlichen Gesamtdarstellung eine Identifikationsmöglichkeit. Diese griffen die Wähler wiederum auf und übernahmen oder unterliefen somit die Zielgruppendefinitionen.

Hier bildete sich eine Klassifikationsschleife zwischen Beobachtung und Beobachtungsobjekt, eben weil Wähler nun »sich selber« verorteten. Die auf diese Weise individualisierte Repräsentation äußerte sich in individuellen Anforderungen an Politik, die wiederum gemessen und in ein Verhältnis zur Repräsentationsleistung der Parteien gesetzt wurde. Diese Schleife ließe sich unendlich fortführen. Sie gehört zum demoskopischen Diskurs und äußert sich in den verschiedenen Bezeichnungen der Unzufriedenheit mit der Politik, die von der »Parlamentsverdrossenheit« bis zu »Parteienverdrossenheit« des 21. Jahrhunderts reicht. Wie in Kapitel 4 gezeigt, verhindern aber die Regeln des Diskurses, das Problem anders als mit der beobachteten

⁴ Auf Frauen wurden diese Kategorien zunächst nur eingeschränkt verwendet, wie in Kap. 4.2.b gezeigt.

Unzufriedenheit abzubilden. Diese Veränderung des Verhältnisses artikulierte sich in den sechziger Jahren vornehmlich unter den Bezeichnungen der ›Demokratisierung‹ und ›Partizipation‹. Diese Kategorien wurden ebenso der demoskopischen Beobachtung unterzogen und zu einer erfolgreich genutzten kommunikativen Strategie im Rahmen der zunächst sozialdemokratischen, später christdemokratischen Parteipolitik geformt. Entlang dieser beiden Kategorien präsentierte sich Demoskopie selbst als Methode zur Veränderung von Politik und schloß die Neuprogrammierung der Politik damit ab, da sie den letzten Winkel der Vorstellung von Repräsentation, eben auch einen Begriff wie ›Partizipation‹ (Wähler wie Mitglieder beinhalten), erfaßt hatte. Auf diese Weise wurde das Verhältnis zwischen Politik und Wähler demoskopisch flexibilisiert und als ›Responsivität‹ meßbar gemacht.

Über die demoskopisch erzeugte Beweglichkeit der Wähler wurden die Parteien selber beweglich. Die Beobachtung wirkte auf die Parteien zurück und entwickelte eine Klassifikationsschleife in ihrer Selbstbeschreibung. Die Auflösung gesellschaftlicher Strukturen wie der Milieus bedingte einerseits die Ablösung alter Deutungsmuster durch die neuen Kategorien, andererseits schrieben diese Kategorien den Wandel fort. Erst auf dieser Grundlage entstand das Konzept der Volkpartei, wie es in den sechziger Jahren von der SPD und der CDU entwickelt wurde. Die verschiedenen Definitionsmöglichkeiten nach der Repräsentation der Bevölkerung, der Anhängerschaft oder des Images gehörten dabei zusammen. Erst so wurde die Flexibilität der Parteien denkbar. Diese Flexibilisierung veränderte aber auch die Repräsentation, die – zugespitzt formuliert – nun an der Übereinstimmung mit Zielgruppen gemessen wurde und damit einer beständigen Überprüfung des Verhältnisses von Partei zu Öffentlichkeit überhaupt erst bedurfte.

Politik wurde also unter die kontinuierliche Beobachtung und damit zahlenmäßige Bewertung ihres Verhaltens gestellt. Diese Situation der Dauerbeobachtung zog jedoch kein, wie oft zu hören ist, »permanent campaigning« nach sich. Dieser Begriff verfehlt den Punkt der strukturellen Veränderung von Politik, weil er auf die Vorstellung eines Kampfes um die Wählergunst abzielt. Doch damit verbindet sich die Vorstellung der Meinungsforschung als simulierte Wahlsituation, die in der Vorstellung einer repräsentativen Demokratie eine Anomalie darstellt, also eine normative Wertung der Demoskopie als störenden oder sogar illegitimen Faktor enthält. Entgegen dieser Vorstellung erwuchs die Demoskopie jedoch zu einem legitimen Mittel, um in einer differenzierten Gesellschaft die notwendige Beobachtung und Selbstbeschreibung für die Parteien überhaupt noch sicherstellen zu können. Diese Form der Beobachtung beinhaltete keine normativ festgeschriebene Benutzung als manipulatorisch oder demokratisch. Es war ihr prinzipiell egal, ob sie demokratisch im Sinne einer Partizipation und stärkeren Transparenz der Macht oder manipulatorisch benutzt wurde. Allerdings hatte die Einführung der Demoskopie als Demokratiewissenschaft durch die Alliierten für eine spezifische Aufladung der Bedeutung und besondere Startbedingungen gesorgt. Zusammen mit der nationalsozialistischen Vergangenheit wurde so eine bestimmte Sichtweise auf die Demoskopie als Herrschaftsinstrument geworfen, so daß das Ausmaß und die Dauer der seit 1957

anhaltende Diskussion im internationalen Vergleich auf eine Besonderheit der bundesdeutschen Entwicklung der Demoskopie verweist und diese ansatzweise erklärt. Andere Länder wie Großbritannien, Frankreich oder auch die USA erlebten keine solche lang anhaltende und heftige Debatte, obwohl auch hier wie in der Bundesrepublik in prekären Situationen der Meinungsforschung ähnliche Diskussionen aufflammten.⁵

Die mediale Überformung der Demoskopie fand erst Jahrzehnte nach ihrer Etablierung als politisches Instrument statt. Die zunehmende mediale Verbreitung im Laufe der sechziger Jahre machte die Demoskopie zwar sowohl glaubwürdig als auch verdächtig, in jedem Fall aber die politische Situation für alle sichtbar und übersichtlich. Die Medien entwickelten Interesse entlang ihrer eigenen Codierung durch Nicht-/Information, bestimmt durch Aufmerksamkeits- und Neuigkeitswert. Indem die Daten von den Parteien oder der Regierung beziehungsweise den von ihnen beauftragten Instituten ohne selbständige Bearbeitung verbreitet wurden, trieben beide, Parteien wie Medien, die Akzeptanz der Meinungsforschung als Abbildung öffentlicher Meinung voran. Sie forcierten damit wiederum die Deutungs- und Ausweitungsmöglichkeiten der Meinungsforschung. Die Darstellung der demoskopischen Ergebnisse, so erkannten die Medien, enthielt ein symbolisches Partizipationsangebot an die Mediennutzer, Zuschauer und Wähler mit dem Versprechen, die demoskopisch abgebildete Erwartung der Wähler an die Politik nachzuzeichnen sowie dadurch das Handeln der politischen Akteure überprüfbar zu machen.

Genau genommen bestand das Identifikationsangebot der Medien an die Wähler darin, sich im Sample zu verorten. Es beschränkte sich damit auf die Einfügung in präskriptive Beschreibungen von Alternativen, die in regelmäßigen Abständen die gesamte Gesellschaft politisch widerspiegeln sollten. Damit erhielt die mediale Präsentation an ein Ritual erinnernde Züge. Doch war die Bedeutung als rituelle Versicherung der Einheit begrenzt. Während in den USA beispielsweise die Integration von Minderheiten in die politische Gemeinschaft symbolisch in den Kuchengraphiken vollzogen werden konnte, erhielten die Übersichten in Prozentzahlen im Kontext der »kulturkampffartigen politischen Polarisierung« der siebziger Jahre eher einen trennenden als verbindenden Charakter.⁶ Die Demoskopie wurde im Kontext der allgemeinen Politisierung, die auch die Medien betraf und sie polarisierte, ebenfalls politisiert und avancierte zu einem begehrten Kampfmittel der Auseinandersetzung. In deren Folge büßten nicht nur die Parteien, sondern auch die Demoskopien selber weitgehend die Deutungshoheit über ihre Zahlen ein, weil die Medien die Zahlen zunehmend selber in Auftrag gaben und interpretierten. Nach-

⁵ Ein Vergleich der verschiedenen europäischen Länder würde dabei auch Aufschluß über Fragen der »Europäisierung« unter dem Vergleichs-/Ausrichtungsmechanismus der Demoskopie bieten. Vgl. ansatzweise dazu A. KRÜKE, *Public Opinion Polling*, 2006 (im Erscheinen).

⁶ T. MERGEL, *Stil der Sachlichkeit*, 2003, S. 48; für den Ritualcharakter von Umfragen vgl. L. LIPARI, *Polling as Ritual*, 1999; für das Konzept einer funktional differenzierten Öffentlichkeit als Integrationsmöglichkeit der Gesellschaft, die auch als demoskopisches Angebot der Medien gelesen werden könnte, vgl. T. BONACKER, *Integration und Inklusion*, 2002.

dem die mediale Verbreitung der demoskopischen Beschreibung politischer Zustände am Ende der sechziger Jahre durch Illustrierte und vor allem das Fernsehen eine hohe Präsenz erreicht hatte, wandelte sich das Verhältnis zwischen Politik, Medien und Demoskopie grundlegend. Die Demoskopie stellte gemeinsame Kriterien bereit, auf deren Grundlage eine gegenseitige Einflußnahme der Bereiche in Form von Medialisierung, Verwissenschaftlichung und Politisierung erfolgte. Die Zeit zwischen dem Ende der sechziger und Mitte der siebziger Jahre bildet hier die Kernzeit des Wandels. Nun traf die Verwissenschaftlichung der Politik auf ihre Medialisierung, indem die ›Systemcodes‹ aufeinanderprallten und für heftige Reibungen sorgten, während sich übrigens gleichzeitig die Wahlforschung zu einer davon relativ unberührten eigenständigen Disziplin entwickeln konnte.⁷ Jetzt beriefen sich die Medien in ihrer Berichterstattung auf eine außen stehende und damit objektive Beobachterposition der Meinungsforschung, genau so wie zuvor die Parteien die Demoskopie in ihrer Kommunikation genutzt hatten. In dem Prozeß der Medialisierung wurde zunächst vorrangig die politisierte Demoskopie medialisiert. Da sich die politische Situation anscheinend nur noch über die Medien angemessen darstellen und kommunizieren ließ, nutzten die Medien ihre Chance und präsentierten sich als eigentliche ›erste Gewalt‹, indem sie sich zwar bescheiden auf ihre Funktion als ›vierte Gewalt‹ beriefen, gleichzeitig jedoch beanspruchten, mit den demoskopischen Daten die Meinung und damit den Willen des Volkes abzubilden und dessen Umsetzung einzufordern. Sie konnten sich damit durchsetzen, indem sie für sich einen reinen Beobachterstatus reklamierten und zugleich die neue Macht durch die mittels der Demoskopie mögliche Hierarchisierung der Beobachtung zu festigen vermochten. Macht wurde damit durch die Abhängigkeit ihrer medialen Darstellbarkeit ein zweites Mal codiert, diesmal über den Code der Information. Umgesetzt wurde dieser Mechanismus durch die Einnahme der Position des Souveräns, indem die Medien auf die Daten zurückgriffen, um sie gegenüber der Politik zu positionieren und damit das zu artikulieren, was der Souverän ›Volk‹ eigentlich sagen wollte beziehungsweise von der Politik forderte. Dieser Wandel kleidete sich mit der abnehmenden Polarisierung seit den späten siebziger Jahren in die Messung des Verhältnisses zwischen Politik und Medien unter den Stichworten der Erwartungshaltung, die einmal in Form der Zukunftserwartung, einmal als ›Verdrossenheit‹ ausgestellt wurde. Von diesem Medialisierungsprozeß war in der Folge wiederum die Politik betroffen. Diese Vorgänge kennzeichnen Differenzierungsprozesse, die im Fall der Politik und ihrer Medialisierung eine Anpassung an die Art der Nutzung der Demoskopie in den Medien aufwies. Damit stellte Medialisierung eine Adaptionleistung dar, in der die Funktionslogik der Medien anerkannt und nicht verändert werden sollte.

Daß Politik (beziehungsweise Parteien) dennoch einen spezifischen Steuerungsanspruch auf die Gesellschaft insgesamt und dabei auch auf Medien weiterhin erhob,

⁷ Vgl. für diesen Ansatz der gegenseitigen Einflußnahme und Durchdringung von Politik, Wissenschaft und Medien P. WEINGART, *Stunde der Wahrheit?*, 2001.

war wiederum in ihre eigene Systemlogik eingeschrieben. Diese Sichtweise erklärt das permanente Mißtrauen gegenüber den Medien und Journalisten, das mit einem Ausbau der auf Medien zielenden Beeinflussung verbunden war. Diese Sicht mag aber genauso gut die Struktur der Diskussionen um die Rolle der Demoskopie in den Medien sowie um die Medialisierung als Kampf um Abgrenzung der Funktionsweisen, die mit unterschiedlichen Konzepten von Politik belegt sind, erklären. Den Kern der Auseinandersetzung bildete die Vorstellung darüber, wie Öffentlichkeit als Austragungsort politischer Auseinandersetzung beschaffen zu sein habe, wie sie gegliedert und in welcher Form sie vermachtet sein müsse oder dürfe, um den Anforderungen einer repräsentativen Demokratie zu genügen. Die Demoskopie bot hier bereits seit dem Ende der fünfziger Jahre ein Vehikel, um diese Diskussion plastisch werden zu lassen. An der Diskussion wiederum ließ sich dabei gut die Beharrungskraft alter Vorstellungen von Politik (Argumentation von Hennis) als auch die fortschreitende Veränderung der politischen Prozesse durch die Reflexion auf der Meta-Ebene (Manipulation versus Transparenz beziehungsweise Partizipation) beobachten. Diese Auseinandersetzung erreichte ihren Zenit in den siebziger Jahren. Danach wurde die Veränderung der Politik durch die Einschlebung des medialen Wahrnehmungsfilters für politische Kommunikation erst langsam von den Parteien anerkannt. So verschob sich (zuerst für die CDU, erst später für die SPD) die Vorstellung der Funktionsweise von Politik auf die Leitdifferenz der Medien, auf Aufmerksamkeit. Dieses Leitschema war von dem Nachrichtenwert der Information als entscheidendem Aspekt für die Erlangung von Aufmerksamkeit gefüllt, bestimmt von »Timing« und Kontext. Es erlangte solche Bedeutung, weil sich Massenmedien als entscheidene Foren der Öffentlichkeit zur Selbstbeobachtung der Gesellschaft und zur Aushandlung der Machtverhältnisse herauskristallisiert hatten. Die damit verbundene Mechanik wurde zwar von den Parteien im Laufe der späten siebziger und achtziger Jahren begriffen, aber nur ansatzweise (wie zum Beispiel auf ganz spezifische Weise durch die Mobilisierung mittels Partizipation der Wähler durch SPD und CDU) angewendet worden. Wissenschaftlich wurde diese Wendung der Steuerung von Meinungsbildungsprozessen durch die Theorie des Agenda Setting als einer neuen Theorie der Medienwirkungsforschung begründet und in Form einer stärkeren demoskopischen Medienforschung und Mediennutzungsforschung umgesetzt. In der CDU stellte sich die Umsetzung dieses sich von den Wählern als Orientierung entfernenden Kommunikationsmodells als Bearbeitung des Meinungsklimas dar. Die SPD modifizierte ihr Kommunikationsmodell hingegen in Richtung sozialpsychologischer Erklärungen des Wahlverhaltens, das eine zumindest in der Art der Ansprache angepaßte massenmediale Kommunikation erforderte. Damit hatte sich die demoskopische Medialisierung der Politik grundsätzlich bis zum Beginn der achtziger Jahre vollzogen. Danach pendelte sich das neue Verhältnis ein. Die mediale Verarbeitung der Meinungsforschung diversifizierte sich weiter, während zugleich die Politik weiterhin um eine eigene demoskopische Orientierung und Kommunikation bemüht war. Neue Bewegung in die Verhältnisse kam erst mit der Durchsetzung neuer medialer Strukturen mit privatem Fernsehen und Kabel-

oder Satellitenübertragung, die mit dem neuen demoskopischen Markt Ostdeutschland Dynamik erhielt und sich auch in der Politik niederschlug.

Diese Ergebnisse haben gezeigt, daß die verwendeten Konzepte der Verwissenschaftlichung und der Medialisierung auf Grundlage eines konstruktivistischen Politikbegriffs heuristisch höchst ergiebig sind. Für die Geschichtsschreibung der Politik in der Bundesrepublik lassen sich aus den dargestellten Erkenntnissen dieser Arbeit mehrere Schlüsse ziehen. Gerade die Politikgeschichte könnte von einer Ausweitung ihres methodischen Programms durch die Nutzung des Konzepts der Verwissenschaftlichung profitieren, um strukturellen Veränderungen von Politik auf die Spur zu kommen. Die Zeitgeschichtsschreibung zur Politik in der Bundesrepublik verschiebt sich langsam von der Beschreibung substantieller Kontinuitäten aus dem Nationalsozialismus auf strukturelle Aspekte der historisch eigenständigen Entwicklung. Gleichzeitig treten längerfristig wirksame Prägungen aus dem Kaiserreich und der Weimarer Republik ebenso deutlich hervor wie die Einschnitte durch die Alliierten.⁸ Durch den hier gewählten langen Untersuchungszeitraum ließen sich die Vorteile des Verwissenschaftlichungskonzeptes insofern miteinander verbinden, indem der weite Weg von der Demoskopie als Demokratiewissenschaft zu ihrer eigenständigen Entwicklung im bundesrepublikanischen Alltag verfolgt und gleichzeitig in der politischen Praxis analysiert wurde, wie sich diese Veränderungen vollzogen. Anhand des Verwissenschaftlichungsprozesses wurde in dieser Studie eine strukturelle Veränderung politischer Praxis und ihrer Sinnkonstruktionen beschrieben, ohne in alte narrative Muster von Fortschritt und Modernisierung zu verfallen, diese aber als zeitgenössische Narrative zu berücksichtigen. Es zeigte sich, daß die Verwendung der Demoskopie, egal von wem und auf welche Weise, an den Kern demokratischen Selbstverständnisses und der Funktion von Politik rührte. Dies betraf insbesondere das Verständnis von öffentlicher Meinung und die Verwendung der Demoskopie in der Öffentlichkeit. So ist eine Geschichte der Politik in Westdeutschland ohne die Kategorie der Verwissenschaftlichung, aber auch ohne den der Medialisierung, nicht mehr beschreibbar.⁹ Das Konzept der Medialisierung scheint als Instrument der Analyse nicht nur sinnvoll, sondern geradezu geboten, vorausgesetzt, es wird seiner negativen und normativen Konnotation entkleidet.

Demoskopie veränderte durch den politischen Gebrauch und mediale Popularisierung die spezifischen Bedingungen des Wissens über Gesellschaft und erschuf genau dadurch eine neue Wahrheit, eine neue Wirklichkeit. Die Bedingungen dieses Prozesses, der sich in Wechselwirkung zwischen Parteien, Medien und Demoskopie abspielte, den Prozeß selber und seine Auswirkungen zu beschreiben, waren die Ziele dieser Studie. An deren Ende stellt sich uns die Meinungsforschung nicht nur als Mittel der Analyse öffentlicher Meinung und damit als Indikator von Pro-

⁸ Vgl. für letzteres D. ELLERBROCK, »Healing Democracy« – Demokratie als Heilmittel. Gesundheit, Krankheit und Politik in der amerikanischen Besatzungszone 1945–1949, 2004.

⁹ Daß der Wandel der Öffentlichkeit in den sechziger Jahren nicht mehr ohne den Blick auf die Demoskopie untersucht werden kann, zeigen auch zwei neuere Aufsätze: T. GROSSBÖLTING, Laien und Genossen, 2003; C. v. HODENBERG, Konkurrierende Konzepte von »Öffentlichkeit«, 2003.

zessen in Politik, Parteien und Gesellschaft dar. Meinungsforschung präsentiert sich vielmehr als Faktor grundlegender Veränderungen in der Wahrnehmung und Selbstbeschreibung von Parteien und vor allem als Faktor einer Veränderung der Beschreibung gesellschaftlicher Wirklichkeit.

Verzeichnisse

1. Abkürzungen

AA	Auswärtiges Amt
ACDP	Archiv für Christlich-Demokratische Politik
ADK	Arbeitsgemeinschaft Demokratischer Kreise
ADM	Arbeitsgemeinschaft Deutscher Markt- und Meinungsforschungsinstitute
AdsD	Archiv der sozialen Demokratie
ALLBUS	Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
ASI	Arbeitskreis sozialwissenschaftlicher Institute
BA	Bundesarchiv Koblenz
BBC	British Broadcasting Company
BGF	Bundesgeschäftsführer
BGSt	Bundesgeschäftsstelle
BHE	Block der Heimatvertriebenen und Entrechteten
BK	Bundeskanzler
BPA	Bundespresse- und Informationsamt
BTF	Bundestagsfraktion
BTW	Bundestagswahl
BuVo	Bundesvorstand
CDU	Christlich-Demokratische Union
CSU	Christlich-Soziale Union
DDR	Deutsche Demokratische Republik
Dep.	Depositum
DGB	Deutscher Gewerkschaftsbund
DGS	Deutsche Gesellschaft für Soziologie
DISMA	Deutsches Institut für statistische Markt- und Meinungsforschung
DIVO	Deutsches Institut für Volksumfragen
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DM	Deutsche Mark
dpa	Deutsche Presse-Agentur
DUD	Deutscher Union-Dienst
Ebd.	Ebenda
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
EMNID	Erforschung der öffentlichen Meinung, Marktforschung, Nachrichten, Informationen, Dienstleistungen
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FDP	Freie Demokratische Partei
FES	Friedrich-Ebert-Stiftung
FGW	Forschungsgruppe Wahlen Mannheim e. V.
Fn.	Fußnote
FR	Frankfurter Rundschau
Getas	Gesellschaft für angewandte Sozialforschung
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung

HICOG	High Commission of Germany
HStA Ddorf	Hauptstaatsarchiv Düsseldorf
Ifak	Institut für angewandte Konsumforschung
IfD	Institut für Demoskopie Allensbach
IfM	Institut für Motivforschung
Infas	Institut für angewandte Sozialwissenschaft
Jusos	Jungsozialisten in der SPD
Kap.	Kapitel
KAS	Konrad-Adenauer-Stiftung
KGF	Kreisgeschäftsführer
LAB	Landesarchiv Berlin
LGF	Landesgeschäftsführer
LV	Landesverband
MdB	Mitglied des deutschen Bundestags
NDR	Norddeutscher Rundfunk
NL	Nachlaß
NRW	Nordrhein-Westfalen
NRZ	Neue Ruhr-Zeitung
NSDAP	Nationalsozialistische Arbeiterpartei Deutschlands
NWDR	Nordwestdeutscher Rundfunk
OMGUS	Office Military Government United States in Germany
PAE	Politische Akademie Eichholz
PORO	Public Opinion Research Office
PR	Public Relations
Prot.	Protokoll
PV	Partei Vorstand
RS	Rundschreiben
SD	Sicherheitsdienst
SFK	Sozialforschungsinstitut der Konrad-Adenauer-Stiftung
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
SZ	Süddeutsche Zeitung
TED	Tele-Dialog
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
WAZ	Westdeutsche Allgemeine Zeitung
WBA	Willy-Brandt-Archiv
WIKAS	Wissenschaftliches Institut Konrad-Adenauer-Stiftung
WPA	Werbe- und Propaganda-Ausschuß
ZA	Zentralarchiv für empirische Sozialforschung an der Universität Köln
ZASS	Zeitungsausschnittsammlung
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen
z. K.	zur Kenntnis

2. Tabellen und Schaubilder

a) Tabellen

1. Verteilung der Aufträge für Meinungsforschung im BPA auf verschiedene Institute 1950 bis 1957 (DM)	68
2. Etatsansätze für Meinungsforschung im Haushalt des BPA 1950 bis 1992 (DM)	76
3. Verteilung der Aufträge für Meinungsforschung im BPA auf verschiedene Institute 1958 bis 1965 (DM)	78
4. Infas: Auftragsübersicht 1962/63	245
5. Verteilung der Aufträge für Meinungsforschung im BPA auf verschiedene Institute 1966 bis 1983 (DM)	254

b) Schaubilder

1. Etatsansätze für Meinungsforschung im Haushalt des BPA 1950 bis 1992 (TDM)	260
2. Modell des politischen Marktes	292
3. Politische Orientierungen im persönlichen Nahbereich	353
4. Wählertypologie: Deutschland	355
5. Segmentation der Wechselwähler	356
6. Viererschema zur demokratischen Führung anhand (demoskopisch) »vollständiger Information«	381
7. Viererschema zu thematischer Führung	383
8. Polaritätenprofil	401

3. Bildnachweis

Deutscher Bundestag, Bibliothek	30, 318, 320
Susanne Jacoby, Herne	6
Institut für Demoskopie, Allensbach	Einband
(Elisabeth Noelle-Neumann und ZDF-Chefreporter Gustav Trampe in der ZDF-Sendung zur Bundestagswahl am 3. Oktober 1976)	
Der Spiegel	58
Die Welt	60

Quellen und Literatur

1. Ungedruckte Quellen

Archiv für Christlich-Demokratische Politik, Sankt Augustin

VII: CDU-Bundespartei
VII-001: Bundesvorstand
VII-002: Vorsitzende
VII-003: Wahlen
VII-004: Bundesgeschäftsstelle Organisation
VII-005: Sachthemen
Nachlasssplitter und Deposita:
I-022: NL Bruno Heck
I-172: NL Otto Lenz
I-505: NL Klaus Müller
Pressedokumentation

Archiv des Pressedienstes des Deutschen Bundestages, Bonn

Pressedokumentation

Archiv der sozialen Demokratie, Bonn

Parteivorstand (alte und neue Bestandssignaturen)
Sitzungsprotokolle des SPD-Parteivorstands
Sitzungsprotokolle des SPD-Präsidiums
Sekretariate/Büros: Kurt Schumacher, Erich Ollenhauer, Herbert Wehner, Waldemar von Knoeringen, Willy Brandt, Fritz Heine, Bundesgeschäftsführer Holger Börner, Bundesgeschäftsführer Egon Bahr,
Abteilungen/Referate: Öffentlichkeitsarbeit, Organisation, Werbung [/Presse] und Propaganda, Berliner Büro
Wahlen/Zentrale Wahlkampfleitung
SPD-Bundestagsfraktion
Landesverband Berlin
Zeitungsausschnittsammlung
Nachlässe und Deposita:
NL Karl Anders
NL Leo Bauer
NL Fritz Erler
NL Bruno Friedrich
NL Bruno Gleitze
NL Waldemar von Knoeringen
Dep. Albrecht Müller
Dep. Helmut Schmidt

Bibliothek der Friedrich-Ebert-Stiftung

Manuskripte/hektogr. Studien

Archiv der Bundeskanzler-Willy-Brandt-Stiftung, Bonn

Nachlaß Willy Brandt: SPD, Wahlen, Persönliche Korrespondenz, Berliner Bestand

Online-Datenbank des Politisch-Parlamentarischen Pressedienstes 1945–1995

URL: <http://library.fes.de/cgi-bin/populo/spdpd.pl>

Bundesarchiv, Koblenz

B 136: Bundeskanzleramt

B 145: Bundespresse- und Informationsamt

ZSg 32: Berichte des Instituts für Demoskopie Allensbach

Landesarchiv NRW Hauptstaatsarchiv Düsseldorf

RW 180: SPD-Landtagsfraktion, NRW

RW 138 und 250: SPD-Landesverband

RW 360: CDU-Landtagsfraktion, NRW

Landesarchiv Berlin

B002: Bestand Regierender Bürgermeister/Senatskanzlei

Private Archive

Nachlaß Karl-Georg von Stackelberg (Familienarchiv, Königswinter)

Infratest Sozialforschung (Unternehmensarchiv Infratest, München)

Zentralarchiv für empirische Sozialforschung Köln

Online-Datenbank für Umfragedaten zur Bundesrepublik,

URL: <http://www.gesis.org/Datenservice>

2. Interviews

Horst Becker (7. 11. 2002)

Gerhard Elschner (4. 11. 2002)

Wolfgang Hartenstein (13. 11. 2001)

Wilhelm Hennis (19. 10. 2001)

Harold Hurwitz (24. 4. 2002)

Volker Riegger (15. 10. 2001)

Gerhard Unholzer (17. 10. 2001)

3. Gedruckte Quellen und Literatur

Abendroth, Wolfgang: Demokratie und Demoskopie, in: *Neue Gesellschaft* 4, 1957, S. 472–474.

Adenauer, Konrad: *Teegespräche 1950–1954*, Bonn 1984.

Adorno, Theodor W.: Zur gegenwärtigen Stellung der Empirischen Sozialforschung in Deutschland, in: *Institut für öffentliche Angelegenheiten* (Hrsg.), *Empirische Sozialforschung*, Frankfurt am Main 1952, S. 27–39.

Adorno, Theodor W./Dirks, Walter (Hrsg.): *Betriebsklima. Eine industriesoziologische Untersuchung aus dem Ruhrgebiet*, Frankfurt am Main 1955.

- Albrecht, Willy (Hrsg.): Die SPD unter Kurt Schumacher und Erich Ollenhauer 1946 bis 1963. Sitzungsprotokolle der Spitzengremien, Bd. 3: 1948 bis 1950, Bonn 2003.
- Alemann, Ulrich von: Parteien und Gesellschaft in der Bundesrepublik Deutschland. Rekrutierung, Konkurrenz und Responsivität, in: Alf Mintzel/Heinrich Oberreuter (Hrsg.), Parteien in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1992, S. 84–130.
- Alemann, Ulrich von/Marschall, Stefan (Hrsg.): Parteien in der Mediendemokratie, Wiesbaden 2002.
- Allport, Floyd Henry: Social Psychology, Boston 1924.
- Allport, Floyd Henry: Towards a Science of Public Opinion, in: Public Opinion Quarterly (1) 1, 1937, S. 7–23.
- Angster, Julia: Konsenskapitalismus und Sozialdemokratie. Die Westernisierung von SPD und DGB, München 2003.
- Angster, Julia: Der neue Stil. Die Amerikanisierung des Wahlkampfes und der Wandel im Politikverständnis bei CDU und SPD in den 1960er Jahren, in: Matthias Frese/Julia Paulus/Karl Teppe (Hrsg.), Demokratisierung und gesellschaftlicher Aufbruch. Die sechziger Jahre als Wendezeit der Bundesrepublik, Paderborn 2003, S. 181–204.
- Appelius, Stefan: Heine. Die SPD und der lange Weg zur Macht, Essen 1999.
- Aretz, Jürgen: Bruno Heck (1917–1989), in: Jürgen Aretz/Rudolf Morsey/Anton Rauscher (Hrsg.), Zeitgeschichte in Lebensbildern 8, Mainz 1997, S. 213–231.
- Arzheimer, Kai: Politikverdrossenheit. Bedeutung, Verwendung und empirische Relevanz eines politikwissenschaftlichen Begriffes, Wiesbaden 2002.
- Auf dem Prüfstand. Zur Pathologie des politischen Denkens der Deutschen, in: Wort und Wahrheit. Monatsschrift für Religion und Kultur (1) 12, 1957, S. 91–113.
- Aufermann, Jörg (Hrsg.): Pressekonzentration: eine kritische Materialsichtung und -systematisierung, München-Pullach u.a. 1970.
- Augstein, Rudolf: Demoskopie und Politik, in: Elisabeth Noelle-Neumann/Erich P. Neumann (Hrsg.), Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1966–1973, Allensbach/Bonn 1974, S. XV–XXII.
- Averbeck, Stefanie: Kommunikation als Prozeß: soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927 – 1934, Münster 1999.
- Bachem, Hans/Elschner, Gerhard/Gebauer, Bernhard: Material zum Problem des politischen Extremismus: zusammengestellt im Auftrag der Politischen Akademie Eichholz für die wissenschaftliche Arbeitstagung »Nation, Nationalbewußtsein, Nationalismus« am 20./21. April 1967, hrsg. von der Politischen Akademie Eichholz, Bonn 1967.
- Bacherer, Karin: Geschichte, Organisation und Funktion von Infratest, München 1987.
- Bahrdt, Hans Paul: Betrachtungen eines Soziologen zur gegenwärtigen Situation der SPD, in: Schmidt, Helmut/Kühn, Heinz/Leber, Georg: Die politisch-psychologische Situation 1965. Beiträge zur Analyse der Bundestagswahl 1965 und Ansätze zur zukünftigen Politik der SPD. Dem PV vorgelegt von Heinz Kühn, Georg Leber, Helmut Schmidt, Bonn 1966, S. 39–64.
- Bald, Detlev: Die Atombewaffnung der Bundeswehr. Militär, Öffentlichkeit und Politik in der Ära Adenauer, Bremen 1994.
- Bauer, Adolf: Der freie und unberechenbare Mensch. Kritik der Meinungs-, Markt- und Motivforschung, Nürnberg 1961.
- Baumert, Gerhard: Bemerkungen zur Entwicklung und gegenwärtigen Stellung der sogenannten Meinungsforschung in Deutschland, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 10, 1958, S. 379–398.
- Baumhauer, Albert: Material zur politischen Diskussion über die Sozialenzyklika Populorum Progressio: angefertigt für die wissenschaftliche Arbeitstagung am 16. November 1967 in der

- Politischen Akademie Eichholz, hrsg. von der Politischen Akademie Eichholz, [Wesseling] 1967.
- Baumhauer, Albert u. a.: Material zum Thema Futurologie, Prognostik, Planung: angefertigt für die wissenschaftliche Arbeitstagung am 28. und 29. Oktober 1968 in der Politischen Akademie Eichholz, hrsg. von der Politischen Akademie Eichholz und dem WIKAS der KAS, Eichholz 1968.
- Becker, Horst: Wahl '72. Versuch einer ersten Bewertung des Wahlergebnisses und seiner Ursachen, in: *Neue Gesellschaft* 19, 1972, S. 915–918.
- Becker, Horst: Wahlen 1973 in Skandinavien: Zur Situation der Sozialdemokratie in Schweden, Norwegen und Dänemark. Erstellt im Auftrag der Friederich-Ebert-Stiftung, München 1974.
- Becker, Horst/Hombach, Bodo u. a.: Die SPD von innen. Bestandsaufnahme an der Basis der Partei: Auswertung und Interpretation empirischer Untersuchungen in der SPD Nordrhein-Westfalen, Bonn 1983.
- Behrens, Manfred/Dieckmann, Walther/Kehl, Erich: Politik als Sprachkampf. Zur konservativen Sprachkritik und Sprachpolitik seit 1972, in: Hans Jürgen Heringer (Hrsg.), *Holzfeuer im hölzernen Ofen. Aufsätze zur politischen Sprachkritik*, Tübingen 1988, S. 216–265.
- Behring, Rainer: Demokratische Außenpolitik für Deutschland. Die außenpolitischen Vorstellungen deutscher Sozialdemokraten im Exil 1933–1945, Düsseldorf 1999.
- Behringer, Wolfgang: Bauern-Franz und Rassen-Günther: Die politische Geschichte des Agrarhistorikers Günther Franz (1902–1992), in: Winfried Schulze/Otto Gerhard Oexle (Hrsg.), *Deutsche Historiker im Nationalsozialismus*, Frankfurt am Main 1999, S. 114–141.
- Beltung, Hans: Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft, München 2001.
- Berger, Manfred: Parteien-Identifikation in der Bundesrepublik, in: *Politische Vierteljahresschrift* 14, 1973, S. 215–226.
- Berger, Manfred/Gibowski, Wolfgang/Roth, Dieter/Schulte, Wolfgang: Das Eis schmilzt zuerst an den Rändern. – Zur Infas-These von den Stammwählerverlusten der SPD, in: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 15, 1984, S. 305–312.
- Berghahn, Volker R.: Meinungsforschung im »Dritten Reich«. Die Mundpropaganda-Aktion der Wehrmacht im letzten Kriegshalbjahr, in: *Militärgeschichtliche Mitteilungen* 1, 1967, S. 83–119.
- Berghahn, Volker R.: Recasting Bourgeois Germany, in: Hanna Schissler (Hrsg.), *The Miracle Years. A Cultural History of West Germany, 1949–1968*, Princeton 2001, S. 326–340.
- Bergmann, Werner: Sind die Deutschen antisemitisch? Meinungsumfragen von 1946–1987 in der Bundesrepublik Deutschland, in: Werner Bergmann/Rainer Erb (Hrsg.), *Antisemitismus in der Bundesrepublik Deutschland. Ergebnisse der empirischen Forschung von 1946–1986*, Opladen 1991, S. 108–130.
- Bergmann, Werner: Antisemitismus in öffentlichen Konflikten. Kollektives Lernen in der politischen Kultur der Bundesrepublik 1949–1989, Frankfurt am Main 1997.
- Bergmann, Werner: Survey-Fragen als Indikatoren für den Wandel in der Wahrnehmung politischer Probleme: Antisemitismus in der Bundesrepublik Deutschland 1949–1998, in: *Jahrbuch für Antisemitismusforschung* 12, 2003, S. 231–258.
- Bergsdorf, Wolfgang: Politik und Sprache, München/Wien 1978.
- Bergsdorf, Wolfgang (Hrsg.): Wörter als Waffen: Sprache als Mittel der Politik, Stuttgart 1979.
- Bergsdorf, Wolfgang: Herrschaft und Sprache. Studie zur politischen Terminologie der Bundesrepublik Deutschland, Pfullingen 1983.
- Besser, Klaus: Politik und Werbung im Wahlkampf, in: *Neue Gesellschaft* 3, 1956, S. 433–438.
- Bethschneider, Monika: Wahlkampfführung und politische Weltbilder. Eine systematische Analyse des Wahlkampf der Bundestagsparteien in den Bundestagswahlkämpfen 1976 und 1980, Frankfurt am Main u. a. 1987.

- Birke, Adolf M./Booms, Hans/Merker, Otto (Hrsg.): Akten der britischen Militärregierung in Deutschland. Sachinventar 1945–1955, Bd. 1, 3, München u.a. 1993.
- Bleek, Wilhelm: Geschichte der Politikwissenschaft in Deutschland, München 2001.
- Bleek, Wilhelm: Politikwissenschaftliche Politikberatung in Gegenwart und Geschichte, in: Uwe Jens/Hajo Romahn (Hrsg.), Der Einfluss der Wissenschaft auf die Politik, Marburg 2002, S. 157–171.
- Bleicher, Joan Kristin: Traditionslinien und Geschichte der Medienkritik, in: Ralph Weiß (Hrsg.), Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten, Berlin 2005 (nur online erhältlich: http://www.hans-bredow-institut.de/forschung/angebote/24Bleicher_Traditionslinien_Medienkritik.pdf).
- Blondiaux, Loïc: La fabrique de l'opinion: Une histoire sociale des sondages, Paris 1998.
- Blücher, Viggo Graf: Der Prozeß der Meinungsbildung, dargestellt am Beispiel der Bundestagswahl 1961. Ergebnisse von EMNID-Untersuchungen während und nach der Legislaturperiode des 3. deutschen Bundestags. Bearb. von Viggo Graf Blücher in Verb. mit K. F. Flokkenhaus, Klaus D. Eberlein, H. Paul, D. Uhr u.a., mit einem Vorwort von Karl-Georg von Stackelberg, Bielefeld 1962.
- Boberach, Heinz (Hrsg.): Meldungen aus dem Reich. Auswahl aus den Lageberichten des Sicherheitsdienstes der SS 1939–1945, Neuwied 1965.
- Bödeker, Hans Erich (Hrsg.): Begriffsgeschichte, Diskursgeschichte, Metapherngeschichte, Göttingen 2002.
- Böke, Karin/Liedtke, Frank/Wengeler, Martin: Politische Leitvokabeln in der Adenauer-Ära. Mit einem Beitrag von Dorothee Dengel, Berlin/New York 1996.
- Bölling, Klaus: Bundesregierung, in: Heinz-Dietrich Fischer (Hrsg.), Regierungssprecher. Zwischen Information und Geheimhaltung. Zur publizistischen und kommunikativen Funktion staatlicher Presseamtsleiter in Bund – Ländern – Gemeinden, Köln 1981, S. 75–88.
- Bösch, Frank: Die Adenauer-CDU. Gründung, Aufstieg und Krise einer Erfolgspartei 1945–1969, Stuttgart/München 2001.
- Bösch, Frank: Das konservative Milieu. Vereinskultur und lokale Sammlungspolitik in ost- und westdeutschen Regionen (1900–1960), Göttingen 2002.
- Bösch, Frank: Macht und Machtverlust. Die Geschichte der CDU, Stuttgart/München 2002.
- Bösch, Frank: Das Politische als Produkt. Selbstbeobachtungen und Modernisierungen in der politischen Kommunikation der frühen Bundesrepublik, in: Habbo Knoch/Daniel Morat (Hrsg.), Kommunikation als Beobachtung. Medienanalysen und Gesellschaftsbilder 1880–1960, Göttingen 2003, S. 229–248.
- Bösch, Frank: Zeitungsberichte im Alltagsgespräch. Mediennutzung, Medienwirkung und Kommunikation im Kaiserreich, in: Publizistik 49, 2004, S. 319–336.
- Bösch, Frank/Frei, Norbert (Hrsg.): Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert, Göttingen 2006.
- Bogart, Leo: Die Meinungsforscherin und die Nazis, in: Journal für Sozialforschung 33, 1993, S. 49–53.
- Bogner, Alexander/Menz, Wolfgang: Wissenschaftliche Politikberatung? Der Dissens der Experten und die Autorität der Politik, in: Leviathan 30, 2002, S. 384–399.
- Bonacker, Thorsten: Wie kann das Publikum wollen? Integration und Inklusion durch Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften, in: Klaus Neumann-Braun (Hrsg.), Medienkultur und Kulturkritik, Wiesbaden 2002, S. 44–68.
- Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven, Konstanz 1999.
- Bonß, Wolfgang: Die Einübung des Tatsachenblicks. Zur Struktur und Veränderung empirischer Sozialforschung, Frankfurt am Main 1982.

- Bornemann, Ernst/Nave-Herz, Rosemarie: Verzeichnis sozialwissenschaftlicher Forschungseinrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland, Göttingen 1966.
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt am Main 1984.
- Bourdieu, Pierre: Les Doxosophes, in: *Minuit* 1, 1972, S. 26–45.
- Bourdieu, Pierre: Die öffentliche Meinung gibt es nicht, in: Pierre Bourdieu (Hrsg.), *Soziologische Fragen*, Frankfurt am Main 1993, S. 212–223 (frz. 1971).
- Bouvier, Beatrix W.: Zwischen Godesberg und Großer Koalition. Der Weg der SPD in die Regierungsverantwortung, Bonn 1991.
- Boyer, Josef: Die SPD in der Gesellschaft der Bundesrepublik. Mitgliederstrukturen und Machtchancen, in: Marie-Luise Recker/Burkhard Jellonnek/Bernd Rauls (Hrsg.), *Bilanz: 50 Jahre Bundesrepublik Deutschland*, St. Ingbert 2001, S. 109–119.
- Boyer, Josef: SPD, Einleitung, in: Marie-Luise Recker/Klaus Tenfelde (Hrsg.), *Handbuch zur Statistik der Parlamente und Parteien in den westlichen Besatzungszonen und in der Bundesrepublik Deutschland. SPD, KPD und Parteien des linken Spektrums sowie DIE GRÜNEN. Mitgliedschaft und Sozialstruktur*, bearb. von Josef Boyer und Till Koessler, Düsseldorf 2005, S. 35–126.
- Boynton, G. R./Loewenberg, Gerhard: Der Bundestag im Bewußtsein der Öffentlichkeit, 1951–1959, in: *Politische Vierteljahresschrift* 14, 1973, S. 3–25.
- Brandt, Peter/Schumacher, Jörg/Schwarzrock, Götz/Sühl, Klaus: Karrieren eines Außenseiters. Leo Bauer zwischen Kommunismus und Sozialdemokratie 1912 bis 1972, Bonn 1983.
- Brandt, Willy: Wir haben Vertrauen in die Zukunft, in: *SPD-Parteivorstand* (Hrsg.), *Deutsche Gemeinschaftsaufgaben*, Hannover 1962/63, Bd. 5, S. 89–94.
- Brandt, Willy: Ansprache, in: *SPD-Parteivorstand* (Hrsg.), *Konferenz der 496 Kandidaten und Wahlkampfleiter der 248 Bundestagswahlkreise in der Stadthalle Bad Godesberg am 5. Juli 1965 (SOPADE-Rednerdienst, Schnelldienst 3/65)*, Bad Godesberg 1965, S. 1–15.
- Brandt, Willy: Über den Tag hinaus. Erinnerungen, Hamburg 1974.
- Brandt, Willy: Auf dem Weg nach vorn: Willy Brandt und die SPD 1947–1972, bearb. von Daniela Münkler, Bonn 2000.
- Braun, Hans: Helmut Schelskys Konzept einer »nivellierten Mittelstandsgesellschaft« und die Bundesrepublik der 50er Jahre, in: *Archiv für Sozialgeschichte* 29, 1989, S. 199–223.
- Braun, Hans/Articus, Stephan: Sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der amerikanischen Besatzungspolitik 1945–1949, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 36, 1984, S. 667–702.
- Braun, Hans/Zörkler, Maria/Grundhöfer, Pia-Luise/Kopp, Andreas: Die sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der britischen Besatzungspolitik in Westdeutschland zwischen 1945 und 1949, Trier 1989.
- Braun, Hans/Zörkler, Maria/Grundhöfer, Pia-Luise/Kopp, Andreas: Die sozialwissenschaftliche Forschung im Rahmen der französischen Besatzungspolitik in Westdeutschland zwischen 1945 und 1949, Trier 1989.
- Bredenkamp, Horst: Thomas Hobbes. Der Leviathan: Das Urbild des modernen Staates und seine Gegenbilder 1651–2001, Berlin 2003.
- Brehm, John: The Phantom Respondents: Opinion Surveys and Political Representation, Ann Arbor 1993.
- Bremme, Gabriele: Die politische Rolle der Frau in Deutschland. Eine Untersuchung über den Einfluß der Frauen bei Wahlen und ihre Teilnahme in Partei und Parlament, Göttingen 1956.
- Brettschneider, Frank: Wahlumfragen. Empirische Befunde zur Darstellung in den Medien und zum Einfluß auf das Wahlverhalten in der Bundesrepublik Deutschland und den USA, München 1991.

- Brettschneider, Frank: Wahlumfragen und Medien – Eine empirische Untersuchung der Presseberichterstattung über Meinungsumfragen vor den Bundestagswahlen 1980 bis 1994, in: Politische Vierteljahresschrift 37, 1996, S. 475–493.
- Brettschneider, Frank: Demoskopie im Wahlkampf – Leitstern oder Irrlicht?, in: Markus Klein/Wolfgang Jagodzinski/Ekkehard Mochmann u. a. (Hrsg.), 50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland: Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten, Opladen/Wiesbaden 2000, S. 477–505.
- Brettschneider, Frank: Spitzenkandidaten und Wählerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich, Wiesbaden 2002.
- Brettschneider, Frank/Deth, Jan van/Roller, Edeltraud (Hrsg.): Das Ende der politisierten Sozialstruktur?, Opladen 2002.
- Brunner, Detlef: 50 Jahre Konzentration GmbH. Die Geschichte eines sozialdemokratischen Unternehmens 1946–1996, Berlin 1996.
- Buchhaas, Dorothee: Die Volkspartei. Programmatische Entwicklung der CDU 1950–1973, Düsseldorf 1981.
- Buchloh, Stephan: Pervers, jugendgefährdend, staatsfeindlich. Zensur in der Ära Adenauer als Spiegel des gesellschaftlichen Klimas, Frankfurt am Main 2002.
- Buchstab, Günter (Bearb.): Adenauer: »Es musste alles neu gemacht werden.« Die Protokolle des CDU-Bundesvorstandes 1950–1953, Stuttgart 1986.
- Buchstab, Günter (Bearb.): Adenauer: »Wir haben wirklich etwas geschaffen.« Die Protokolle des CDU-Bundesvorstandes 1953–1957, Düsseldorf 1990.
- Buchstab, Günter (Bearb.): Adenauer. »Um den Frieden zu gewinnen.« Die Protokolle des CDU-Bundesvorstandes 1957–1961, Düsseldorf 1994.
- Buchstab, Günter (Bearb.): Adenauer: »Stetigkeit in der Politik« Die Protokolle des CDU-Bundesvorstandes 1961–1965, Düsseldorf 1998.
- Buchstein, Hubertus: Politikwissenschaft und Demokratie. Wissenschaftskonzeption und Demokratietheorie sozialdemokratischer Nachkriegspolitologen in Berlin, Baden-Baden 1992.
- Buchwald, Frank Andreas: Adenauers Informationspolitik und das Bundespresseamt – Strategien amtlicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kanzlerdemokratie, Mainz 1991.
- Bürklin, Wilhelm: Grüne Politik. Ideologische Zyklen, Wähler und Parteiensystem, Opladen 1984.
- Bulmer, Martin: The decline of the social survey movement and the rise of American empirical sociology, in: Martin Bulmer u. a. (Hrsg.), The Social Survey in Historical Perspective 1880–1940, Cambridge 1991, S. 291–315.
- Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft, 4. überarb. und aktual. Aufl., Wien 2002.
- Burkhardt, Armin/Pape, Kornelia (Hrsg.): Sprache des deutschen Parlamentarismus. Studien zu 150 Jahren parlamentarischer Kommunikation, Wiesbaden 2000.
- Busch, Joel/Lüke, Friedmar: Wir hatten die Wahl. Die Parteien im Kampf um die Macht 1965, München/Wien 1965.
- Calder, Angus/Sheridan, Dorothy (Hrsg.): Speak for yourself. A Mass-Observation anthology 1937–49, London 1984.
- Campbell, A. u. a.: The voter decides, Evanston 1954.
- Carter, Erica: How German is She? Postwar West German Reconstruction and the Consuming Woman, Ann Arbor 1997.
- Casey, Steven: Cautious Crusade. Franklin D. Roosevelt, American Public Opinion and the War against Nazi Germany, Oxford 2001.
- CDU, Bundesgeschäftsstelle (Hrsg.): Protokoll: 23. Bundesparteitag der CDU, Mannheim, 23.–25. 6. 1975, Bonn 1975.

- CDU, Bundesgeschäftsstelle, Abt. Öffentlichkeitsarbeit (Hrsg.): Regiebuch I. »Mitgliederwerbung«, Bonn 1976.
- Champagne, Patrick: Le médiateur entre deux Monde. Transformation du champ médiatique et gestion du capital journalistique, in: Actes de la Recherche en Sciences Sociales 131/132 [Mars], 2000, S. 8–30.
- Champagne, Patrick: Manifestations médiatiques et transformations de l'espace politique, in: Marc Abélès/Werner Rossade (Hrsg.), Politique symbolique in Europe = Symbolische Politik in Europa, Berlin 1993, S. 153–162.
- Champagne, Patrick: Die öffentliche Meinung als neuer politischer Fetisch, in: Berliner Journal für Soziologie 1, 1991, S. 517–526.
- Conrad, Christoph: Ja, nein, Ich weiß nicht. Im Datenspiegel: Meinungsforschung und Demokratie, in: Michael Jeismann (Hrsg.), Das 20. Jahrhundert. Welt der Extreme, München 2000, S. 47–54.
- Conrad, Christoph: Meinungsforschung in der Geschichte moderner Demokratien – Methoden, Anwendungen, Wirkungen, in: Historical Social Research 23, 1998, S. 378–385.
- Converse, Jean M.: Survey Research in the United States. Roots and Emergence 1890–1960, Berkeley/Los Angeles/London 1987.
- Converse, Philip E.: The Concept of a Normal Vote, in: Angus Campbell u. a. (Hrsg.), Elections and the Political Order, New York 1966, S. 9–39.
- Cowans, Jon: Fear and Loathing in Paris. The Reception of Opinion Polling in France, 1938–1977, in: Social Science History (1) 26, 2002, S. 71–104.
- Crespi, Leo P.: America's Interest in German Survey Research, in: Institut für öffentliche Angelegenheiten (Hrsg.), Empirische Sozialforschung, Frankfurt am Main 1952, S. 215–217.
- Crespi, Leo P.: The Influence of Military Government Sponsorship in German Opinion Polling, in: International Journal of Opinion and Attitude Research 4, 1950, S. 151–178.
- Dahrendorf, Ralf: Gesellschaft und Demokratie in Deutschland, München 1965.
- Dalton, Russell J./Rohrschneider, Robert: Wählerwandel und die Abschwächung der Parteineigungen von 1972 bis 1987, in: Max Kaase/Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.), Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987, Opladen 1990, S. 297–324.
- Daum, Andreas W.: Kennedy in Berlin. Politik, Kultur und Öffentlichkeit im Kalten Krieg, Paderborn 2003.
- Decker, Frank/Zadra, Dirk: Politische Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Bilanz nach 50 Jahren, in: Zeitschrift für Politikwissenschaft 11, 2001, S. 31–69.
- Decker, Georg: Das unbekannte Volk, in: Die Gesellschaft. Internationale Revue für Sozialismus und Politik (10) 7, 1930, S. 298–303.
- Decker, Georg: Politische Wandlung, in: Die Gesellschaft. Internationale Revue für Sozialismus und Politik (10) 7, 1930, S. 385–394.
- Demirovic, Alex: Der nonkonformistische Intellektuelle. Die Entwicklung der Kritischen Theorie zur Frankfurter Schule, Frankfurt 1999.
- Desrosières, Alain: How to make things which hold together. Social Science, Statistics and the State, in: Wagner, Peter/Wittrock/Whitley, R., Discourses on Society. The Shaping of the social Disciplines, Dordrecht 1991, S. 195–218.
- Desrosières, Alain: The Politics of large Numbers. A History of Statistical Reasoning, Cambridge 1998.
- Deussen, Giso: Konrad-Adenauer-Stiftung, Düsseldorf 1976.
- Deutsch, Karl W.: Politische Kybernetik. Modelle und Perspektiven, 2. Aufl., Freiburg 1969 (engl. 1963).
- Dichter, Ernest: Strategie im Reich der Wünsche, Düsseldorf 1961.
- Dieckmann, Walther: Sprache in der Politik. Einführung in die Pragmatik und Semantik der politischen Sprache, Heidelberg 1969.

- Diederich, Nils: Zur Mitgliederstruktur von CDU und SPD, in: Jürgen Dittberner/Rolf Ebbighausen (Hrsg.), Parteiensystem in der Legitimationskrise, Opladen 1973, S. 35–55.
- Diehl, Günter: Zwischen Politik und Presse. Bonner Erinnerungen 1949–1969, Frankfurt am Main 1994.
- Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 3. Aufl., Reinbek bei Hamburg 1999.
- Diesener, G./Gries, Rainer: Propaganda in Deutschland. Zur Geschichte der politischen Massenbeeinflussung im 20. Jahrhundert, Darmstadt 1996.
- Döhler, Marian/Manow, Philip: Strukturbildung von Politikfeldern. Das Beispiel bundesdeutscher Gesundheitspolitik seit den 50er Jahren, Opladen 1997.
- Doering-Manteuffel, Anselm: Dimensionen von Amerikanisierung in der deutschen Gesellschaft, in: Archiv für Sozialgeschichte 35, 1995, S. 1–34.
- Doering-Manteuffel, Anselm: Wie westlich sind die Deutschen?, Göttingen 2001.
- Dörner, Andreas/Vogt, Ludgera (Hrsg.): Sprache des Parlaments und Semiotik der Demokratie. Studien zur politischen Kommunikation in der Moderne, Berlin/New York 1995.
- Dörner, Andreas: Politische Kultur im Medienunterhaltungsformat. Zur Inszenierung politischer Identitäten in den amerikanischen Film und Fernsehwelten, Konstanz 2000.
- Dörner, Andreas: Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft, Frankfurt am Main 2001.
- Dörner, Andreas/Vogt, Ludgera (Hrsg.): Wahl-Kämpfe. Betrachtungen über ein demokratisches Ritual, Frankfurt am Main 2002.
- Dohnanyi, Klaus von: Die Verführung der Führer. Die Meinungsforschung in der Politik, in: Neue Gesellschaft 12, 1965, S. 860–863.
- Donovitz, Frank: Journalismus und Demoskopie. Wahlumfragen in den Medien, Berlin 1998.
- Donsbach, Wolfgang: Die Rolle der Demoskopie in der Wahlkampf-Kommunikation. Empirische und normative Aspekte der Hypothese über den Einfluss der Meinungsforschung auf die Wählermeinung, in: Zeitschrift für Politik 31, 1984, S. 388–407.
- DosPassos, John: Das Land des Fragebogens. 1945: Reportagen aus dem besiegten Deutschland, Hamburg 1999.
- Dröge, Franz/Lerg, Winfried B./Weißborn, Rainer: Zur Technik politischer Propaganda in der Demokratie. Analyse der Fernseh-Wahlwerbesendungen der Parteien im Wahlkampf 1969, in: Christian Longolius (Hrsg.), Die Bundestagswahl 1969 als journalistische Aufgabe. Bd. 2: Fernsehen in Deutschland, Mainz 1969, S. 107–142.
- Dussel, Konrad: Deutsche Rundfunkgeschichte. Eine Einführung, Konstanz 1999.
- Dussel, Konrad: Deutsche Tagespresse im 19. und 20. Jahrhundert, Münster 2004.
- Eberlein, Klaus D.: Moderne Verfahrensweisen in der politischen Meinungsforschung, in: Zeitschrift für Politik 9, 1962, S. 118–126.
- Eberlein, Klaus D.: Die Wahlentscheidung vom 17. September 1961, ihre Ursachen und Wirkung. Mit zwei graphischen Darstellungen, in: Zeitschrift für Politik 9, 1962, S. 237–257.
- Eberlein, Klaus D.: Möglichkeiten und Grenzen der Meinungsforschung. Kritische Betrachtungen zu Geschichte, Methoden und Interpretationsweisen, Berlin 2001.
- Ebner, Elke: Die Zeit des politischen Entscheidens. Zwischen medialer Unmittelbarkeit und institutioneller Lähmung, Opladen/Wiesbaden 2000.
- Edelmann, Murray: Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns, Frankfurt am Main 1990.
- Ehmke, Horst: Zur Bundestagswahl 1965, in: Schmidt, Helmut/Kühn, Heinz/Leber, Georg: Die politisch-psychologische Situation 1965. Beiträge zur Analyse der Bundestagswahl 1965 und Ansätze zur zukünftigen Politik der SPD. Dem PV vorgelegt von Heinz Kühn, Georg Leber, Helmut Schmidt, Bonn 1966, S. S. 72–85.
- Ehmke, Horst: Mittendrin. Von der Großen Koalition zur Deutschen Einheit, Berlin 1994.

- Eichler, Willi: Wählermanipulierung oder sozialistische Politik, in: *Die neue Gesellschaft* 5, 1958, S. 27–34.
- Eisinger, Robert M.: *The evolution of Presidential Polling*, New York 2003.
- Eley, Geoff: Nations, Publics, and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century, in: Craig Calhoun (Hrsg.), *Habermas and the Public Sphere*, London 1992, S. 289–340.
- Ellerbrock, Dagmar: »Healing Democracy« – Demokratie als Heilmittel. Gesundheit, Krankheit und Politik in der amerikanischen Besatzungszone 1945–1949, Bonn 2004.
- Ellwein, Thomas: Die Machtstruktur in Westdeutschland, in: *Neue Gesellschaft* 12, 1965, S. 852–859.
- Elschner, Gerhard: Zwanzig Jahre christlich-demokratischer Union. Reflexionen über Eigenart und Struktur, in: *Civitas. Jahrbuch für christliche Gesellschaftsordnung* 4, 1965, S. 167–189.
- Eltermann, Ludolf K.: Kanzler und Oppositionsführer in der Wählergunst, Stuttgart 1980.
- Engel, Andreas: Demoskopie als Instrument der Politikvermittlung, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.), *Politikvermittlung*, Bonn 1987, S. 251–274.
- Esser, Frank: Spin Doctoring. Rüstungsspirale zwischen politischer PR und politischem Journalismus, in: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen* (3) 13, 2000, S. 17–24.
- Fahlenbrach, Kathrin: Protest-Inszenierungen: visuelle Kommunikation und kollektive Identitäten in Protestbewegungen, Wiesbaden 2002.
- Falke, Wolfgang: Partei und Führung, in: Bruno Heck (Hrsg.), *Parteien-Demokratie: Analysen aus dem Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstitut der Konrad-Adenauer-Stiftung*, Bonn 1974, S. 21–61.
- Falke, Wolfgang: Die Mitglieder der CDU. Eine empirische Studie zum Verhältnis von Mitglieder- und Organisationsstruktur der CDU 1971–1977, Berlin 1982.
- Falter, Jürgen: Politik im medialen Wanderzirkus. Wie Inszenierung die Politikverdrossenheit befördert, in: *Vorgänge* (158) 41, 2002, S. 5–9.
- Faul, Erwin (Hrsg.): *Wahlen und Wähler in Westdeutschland*, Villingen 1960.
- Feddersen, Jens: Politik muß verkauft werden. Eine Betrachtung über die sozialdemokratische Propagandaarbeit, in: *Neue Gesellschaft* 5, 1958, S. 21–26.
- Feist, Ursula/Liepelt, Klaus: Machtwechsel in Raten. Das Parteiensystem auf dem Weg zur Mitte, in: Karl Böreth u. a. (Hrsg.), *Wahlforschung: Sonden im politischen Markt*, zweite, erw. Aufl., Opladen 1977, S. 26–55.
- Feist, Ursula/Liepelt, Klaus: Modernisierung zu Lasten der Großen. Wie die deutschen Volksparteien ihre Integrationskraft verlieren, in: *Journal für Sozialforschung* (3/4) 1987, S. 277–295.
- Festinger, Leon: *Theorie der kognitiven Dissonanz*, hgg. von Martin Irlle und Volker Müntmann, Bern/Stuttgart/Wien 1978 (engl. 1957).
- Fisch, Stefan/Rudloff, Wilfried (Hrsg.): *Experten und Politik. Wissenschaftliche Politikberatung in geschichtlicher Perspektive*, Berlin 2004.
- Fischer, Heinz H./Bauske, Franz: Die Anfänge der empirischen Sozialforschung in Deutschland nach dem Krieg. Die OMGUS-, HICOG und EMBASSY-Studien, in: *ZA-Information* (14) 1984, S. 28–31.
- Fischer, Klaus/Nath, Detlev/Radtke, Günter D.: Plan und Aufbau einer Datenbank, in: Bruno Heck (Hrsg.), *Parteien-Demokratie: Analysen aus dem Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstitut der Konrad-Adenauer-Stiftung*, Bonn 1974, S. 153–160.
- Flatau, Alfred: *Propaganda für den Sozialismus: neue Formen der sozialistischen Propaganda*, Hamburg 1947.
- Flatau, Alfred: Beiträge zum politischen Verständnis. Erkenntnisse der Psychologie im Dienste der politischen Propaganda, Hannover 1948.

- Fleck, Ludwik: Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache. Einführung in die Lehre vom Denkstil und Denkkollektiv, Basel 1935 (Frankfurt am Main 1980).
- Fogt, Helmut: Politische Entwicklung und Wahlkampf der Parteien 1983–1987, in: Hans-Joachim Veen/Elisabeth Noelle-Neumann (Hrsg.), Wählerverhalten im Wandel. Bestimmungsgründe und politisch-kulturelle Trends am Beispiel der Bundestagswahl 1987, Paderborn/München/Wien u.a. 1991, S. 21–84.
- Foucault, Michel: Archäologie des Wissens, Frankfurt am Main 1973 (frz. 1969).
- Foucault, Michel: Die Ordnung des Diskurses, Frankfurt am Main 1972.
- Fraenkel, Ernst: Demokratie und öffentliche Meinung, in: Zeitschrift für Politik 56, 1963, S. 309–328.
- Fraenkel, Ernst: Ursprung und politische Bedeutung der Parlamentsverdrossenheit, in: ders. (Hrsg.), Deutschland und die westlichen Demokratien, 5. erw. Aufl., Stuttgart u.a. 1973, Tübingen 1966, S. 101–110.
- Franz, Corinna (Bearb.): Die CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. Sitzungsprotokolle 1961–1966, Teilbd. 1: 1961–1963/ Teilbd. 2: 1963–1965/ Teilbd. 3: 1965–1966/ Teilbd. 4: Anhang, Düsseldorf 2004.
- Frei, Norbert: Die Presse, in: Wolfgang Benz (Hrsg.), Die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bd. 4: Kultur, Frankfurt am Main 1989, S. 370–416.
- Frese, Matthias/Paulus, Julia/Teppie, Karl (Hrsg.): Demokratisierung und gesellschaftlicher Aufbruch. Die sechziger Jahre als Wendezeit der Bundesrepublik, Paderborn 2003.
- Frevert, Ute: Neue Politikgeschichte, in: Joachim Eibach/Günter Lottes (Hrsg.), Kompass der Geschichtswissenschaft. Ein Handbuch, Göttingen 2002, S. 152–164.
- Frevert, Ute/Haupt, Heinz-Gerhard (Hrsg.): Neue Politikgeschichte. Perspektiven einer historischen Politikforschung, Frankfurt am Main 2005.
- Friedeburg, Ludwig von: Meinungsforschung und Politik, in: Frankfurter Hefte 16, 1961, S. 637f.
- Friedeburg, Ludwig von: Zum politischen Potential der Umfrageforschung, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 11, 1961, S. 201–216.
- Friedeburg, Ludwig von: Meinungsbildung durch aktuelle Magazinsendungen des Fernsehens, in: Publizistik 14, 1969, S. 162–172.
- Friedeburg, Ludwig von: Wie war das damals? Zur Erinnerung an die erste Arbeitstagung über empirische Sozialforschung in der Bundesrepublik, in: Heinz Sahner (Hrsg.), Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen, Baden-Baden 2002, S. 23–28.
- Friedrich, Walter: Geschichte des Zentralinstituts für Jugendforschung, in: Friedrich, Walter/Förster, Peter/Starke, Kurt (Hrsg.), Geschichte des Zentralinstituts für Jugendforschung Leipzig 1966–1990. Geschichte, Methoden, Erkenntnisse, Berlin 1999, S. 13–69.
- Fröhner, Rolf: Kritik der Aussage. Sprache, Mitteilung, Ausdruck und ihre publizistische Bedeutung, Heidelberg 1954.
- Fröhner, Rolf: Meinungsforschung. Ihre Aufgaben und Problematik, in: Publizistik 1, 1956, S. 259–273.
- Fröhner, Rolf: Zur Problematik der Meinungsforschung, in: Zeitschrift für Politik 4, 1957, S. 39–61.
- Fröhner, Rolf: Die Rolle der Meinungsforschung in der deutschen Politik, in: Gazette 3, 1957, S. 65–84.
- Fröhner, Rolf: Trägt die Meinungsforschung zur Entdemokratisierung bei?, in: Publizistik 3, 1958, S. 157–164.
- Fuchs, Dieter/Pfetsch, Barbara: The Observation of Public Opinion by the Governmental System, (WZB-Paper FS III 96–105), Berlin 1996.

- Führer, Karl Christian/Hickethier, Knut/Schildt, Axel: Öffentlichkeit – Medien – Geschichte. Konzepte der modernen Öffentlichkeit und Zugänge zu ihrer Erforschung, in: Archiv für Sozialgeschichte 41, 2001, S. 1–38.
- Furmaniak, Karl/Hoschka, Peter/Schunck, Hermann: Wahlforschung, Demoskopie und Politikberatung: Erwartungen, Möglichkeiten, Mißverständnisse – Ein Erfahrungsbericht, in: Zeitschrift für Politik 6, 1975, S. 566–579.
- 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.
- Gayer, Kurt: Das große Verhör. Fug und Unfug der Demoskopie, Gütersloh 1969.
- Gebauer, Bernhard (Hrsg.): Analysen und Dokumente zur Auseinandersetzung mit der NPD. Mit Beitr. von Paul Kevenhörster u. a., Eichholz 1969.
- Geer, John Gray: From Tea Leaves to Opinion Polls: A Theory of Democratic Leadership, New York 1996.
- Geer, John Gray: Campaigns, Party Competition and Political Advertising, in: ders. (Hrsg.), Politicians and Party Politics, Baltimore/London 1998, S. 186–217.
- Geisthövel, Alexa: Den Monarchen im Blick. Wilhelm I in der illustrierten Massenpresse, in: Habbo Knoch/Daniel Morat (Hrsg.), Kommunikation als Beobachtung. Medienanalysen und Gesellschaftsbilder 1880–1960, Göttingen 2003, S. 59–80.
- Gellner, Winand: Ideenagenturen für Politik und Öffentlichkeit. Think Tanks in den USA und Deutschland, Opladen 1995.
- Gellner, Winand: Demoskopie, Politik, Medien. Anmerkungen zu einem problematischen Verhältnis, in: Otfried Jarren/Heribert Schatz/Hartmut Weißler (Hrsg.), Medien und politischer Prozeß: politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel, Opladen 1996, S. 163–184.
- Gerhards, Jürgen: Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch, in: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.), Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, Opladen 1994, S. 77–105.
- Gerhards, Jürgen: Konzeptionen von Öffentlichkeit unter heutigen Medienbedingungen, in: Otfried Jarren/Friedrich Krotz (Hrsg.), Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen, Baden-Baden/Hamburg 1998, S. 25–48.
- Gerhardt, Uta: Der Einfluss der USA, in: Heinz Sahner (Hrsg.), Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen, Baden-Baden 2002, S. 29–49.
- Gesellschaft für Konsumforschung (Hrsg.): 50 Jahre GfK: Marktforschung 1934–1984. Festschrift zum 50jährigen Bestehen, Nürnberg 1984.
- Ginneken, Jaap van: De uitvinding van het publiek: De opkomst van het opinie- et marktontzoeek in Nederland, Amsterdam 1993.
- Glaab, Manuela: Deutschlandpolitik in der öffentlichen Meinung. Einstellungen und Regierungspolitik in der Bundesrepublik Deutschland 1949–1990, Opladen 1999.
- Glötz, Peter: Anatomie einer politischen Partei in einer Millionenstadt. Über den Zusammenhang von Mitgliederstruktur und innerparteilicher Solidarität in der Münchener SPD 1968–1974, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 41, 1975, S. 15–37.
- Glötz, Peter: Kampagne in Deutschland. Politisches Tagebuch 1981–1983, Hamburg 1986.
- Görtemaker, Manfred: Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Von der Gründung bis zur Gegenwart, München 1999.
- Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe: Politik in der Pop-Arena. Neue Formen der Politikvermittlung, in: Transit. Europäische Revue (Sommer) 17, 1999, S. 110–123.
- Gorges, Irmela: The Social Survey in Germany before 1933, in: Martin Bulmer u. a. (Hrsg.), The Social Survey in Historical Perspective, 1880–1940, Cambridge 1991, S. 316–339.

- Gräser, Marcus: Der blockierte Wohlfahrtsstaat: Unterschichtjugend und Jugendfürsorge in der Weimarer Republik, Göttingen 1995.
- Grebing, Helga: Geschichte der deutschen Arbeiterbewegung: ein Überblick, München 1966.
- Grebing, Helga: Zur Problematik der personellen und programmatischen Kontinuität in den Organisationen der Arbeiterbewegung in Westdeutschland 1945/46, in: Otto-Brenner-Stiftung (Hrsg.), Herkunft und Mandat. Beiträge zur Führungsproblematik in der Arbeiterbewegung, Frankfurt am Main/Köln 1976, S. 171–194.
- Gresmann, Hans: Meinungsforschung und Demokratie. Regieren unsere Demoskopien heimlich mit?, in: Der Monat. Eine Internationale Zeitschrift (151) 13, 1961, S. 17–22.
- Gries, Rainer/Ilggen, Volker/Schindelbeck, Dirk (Hrsg.): »Ins Gehirn der Masse kriechen!« Werbung und Mentalitätsgeschichte, Darmstadt 1995.
- Grohall, Karl-Heinz/Johann, K. P./Schuster, Antoinette: Politik im Fernsehen. Eine Untersuchung des sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituts der KAS im Jahr 1971, Bonn 1972.
- Grohall, Karl-Heinz/Schuster, Antoinette: Bemerkungen über den Inhalt von Fernsehnachrichtensendungen in der BRD, in: Erich Straßner (Hrsg.), Nachrichten. Entwicklungen – Analysen – Erfahrungen, München 1975, S. 51–65.
- Großböhting, Thomas: Als Laien und Genossen das Fragen lernten. Neue Formen institutioneller Öffentlichkeit im Katholizismus und in der Arbeiterbewegung der sechziger Jahre, in: Matthias Frese/Julia Paulus/Karl Teppe (Hrsg.), Demokratisierung und gesellschaftlicher Aufbruch. Die sechziger Jahre als Wendezeit der Bundesrepublik, Paderborn 2003, S. 147–179.
- Grube, Norbert: Deutschlandkonzepte des Journalisten und demoskopischen Politikberaters Erich Peter Neumann 1938–1949, in: Gunther Nickel (Hrsg.), Literarische und politische Deutschlandkonzepte 1938–1949. Beiträge zu einer Tagung des Deutschen Literaturarchivs Marbach und der Evangelischen Akademie Tutzing in Verbindung mit der Arno Schmidt-Stiftung und der Carl-Zuckmayer-Gesellschaft, Göttingen 2004, S. 309–347.
- Grube, Norbert: »Schröders Chancen steigen« – »Steigende Chancen für Erhard«: Demoskopische Politikberatung in der Entscheidung um die Kanzlernachfolge Konrad Adenauers im Frühjahr 1963, in: Historisch-Politische Mitteilungen 10, 2003, S. 193–223.
- Grünberg, Betty/Maessen, Hubert (Hrsg.): 60 Jahre Harry Walter, o. O. 1989.
- Güllner, Manfred: Daten zur Mitgliederstruktur der SPD: Von der Arbeiterelite zu den Bourgeoisöhnchen, in: Karl Böreth u. a. (Hrsg.), Wahlforschung: Sonden im politischen Markt, zweite, erw. Aufl., Opladen 1977, S. 91–106.
- Güllner, Manfred/Marvick, Dwaine: Aktivität in einer Parteihochburg: Zum Beispiel Dortmund, in: Karl Böreth u. a. (Hrsg.), Wahlforschung: Sonden im politischen Markt, zweite, erw. Aufl., Opladen 1977, S. 121–132.
- Günther, Franz: Die politischen Wahlen in Niedersachsen 1867 bis 1949, Bremen 1951.
- Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt am Main 1990 (1962).
- Habermas, Jürgen: Verwissenschaftlichte Politik und öffentliche Meinung, in: Jürgen Habermas (Hrsg.), Technik und Wissenschaft als »Ideologie«, Frankfurt am Main 1964, S. 120–145.
- Habermas, Jürgen: Technischer Fortschritt und soziale Lebenswelt, in: Jürgen Habermas (Hrsg.), Technik und Wissenschaft als »Ideologie«, Frankfurt am Main 1968, S. 104–119.
- Hachmeister, Lutz: Der Gegnerforscher. Die Karriere des SS-Führers Franz Alfred Six, München 1998.
- Hachmeister, Lutz: Die Rolle des SD-Personals in der Nachkriegszeit. Zur nationalsozialistischen Durchdringung der Bundesrepublik, in: Mittelweg 36 (2) 36, 2002, S. 17–35.
- Hachmeister, Lutz/Stering, Friedemann (Hrsg.): Die Herren Journalisten. Die Elite der deutschen Presse nach 1945, München 2002.

- Hacking, Ian: Was heißt »soziale Konstruktion«? Zur Konjunktur einer Kampfvokabel in den Wissenschaften, Frankfurt am Main 1999.
- Hacking, Ian: Multiple Persönlichkeit. Zur Geschichte der Seele in der Moderne, Frankfurt am Main 2001.
- Hagmann, Meinrad: Der Weg ins Verhängnis. Reichstagswahlergebnisse 1919 bis 1933, besonder aus Bayern, München 1946.
- Hartenstein, Wolfgang: Die Anfänge der deutschen Volkspartei, 1918–1920, Düsseldorf 1962.
- Hartenstein, Wolfgang/Liepelt, Klaus: Man auf der Straße. Mit einem Nachwort von Rudolf Hillebrecht, Frankfurt am Main 1961.
- Hartenstein, Wolfgang/Liepelt, Klaus: Party Members and Party Voters in West Germany, in: *Acta Sociologica* 6, 1962, S. 43–52.
- Hartenstein, Wolfgang/Liepelt, Klaus/Schubert, Günter: Die Septembere Demokratie. Ein Beitrag zur Soziologie der Bundestagswahl, in: *Neue Gesellschaft* 5, 1958, S. 9–20.
- Hartenstein, Wolfgang/Schubert, Günter: Mitlaufen oder Mitbestimmen: Untersuchung zum demokratischen Bewußtsein und zur politischen Tradition. Mit einem Deutungsversuch von Alexander Mitscherlich, Frankfurt am Main 1961.
- Hase, Karl-Günther von (Hrsg.): Konrad Adenauer und die Presse, Bonn 1988.
- Haseloff, Otto Walter/Stackelberg, Karl Georg von: Kybernetik als soziale Tatsache: Anwendungsbereiche, Leistungsformen und Folgen für die industrielle Gesellschaft, Hamburg 1963.
- Hauff, Volker (Hrsg.): Bürgerinitiativen in der Gesellschaft, Villingen-Schwenningen 1980.
- Heck, Bruno (Hrsg.): Parteien-Demokratie: Analysen aus dem Sozialwissenschaftlichen Forschungsinstitut der Konrad-Adenauer-Stiftung, Bonn 1974.
- Heck, Bruno: Adenauer und die CDU, in: Dieter Blumenwitz/Klaus Gotto/Hans Maier u. a. (Hrsg.), *Konrad Adenauer und seine Zeit. Politik und Persönlichkeit des ersten Bundeskanzlers*, Bd. 1, Stuttgart 1976, S. 186–203.
- Heidemeyer, Helge (Bearb.): Die CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. Sitzungsprotokolle 1949–1953, Düsseldorf 1998.
- Heidemeyer, Helge (Bearb.): Die CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. Sitzungsprotokolle 1953–1957, Halbbd. 1: 1953–1955/ Halbbd. 2: 1956–1957, Düsseldorf 2003.
- Henn, Matt: Opinion Polling in Central and Eastern Europe under Communism, in: *Journal of Contemporary History* 33, 1998, S. 229–240.
- Hennis, Wilhelm: Meinungsforschung und repräsentative Demokratie. Zur Kritik politischer Umfragen, Tübingen 1957.
- Hennis, Wilhelm/Kielmansegg, Peter Graf/Matz, Ulrich (Hrsg.): Regierbarkeit. Studien zu ihrer Problematisierung, 2 Bde., Stuttgart 1977.
- Hentschel, Volker: Ludwig Erhard. Ein Politikerleben, München/Landsberg 1996.
- Herbert, Ulrich (Hrsg.): Wandlungsprozesse in Westdeutschland. Belastung, Integration, Liberalisierung 1945–1980, Göttingen 2002.
- Herbst, Susan: Numbered voices: how opinion polling has shaped American politics, Chicago 1993.
- Herbst, Susan: On the disappearance of groups: 19th- and early 20th-century conceptions of public opinion, in: Theodore Lewis Glasser/Charles T. Salmon (Hrsg.), *Public opinion and the communication of consent*, New York 1995, S. 89–104.
- Hetterich, Volker: Von Adenauer zu Schröder – Der Kampf um Stimmen. Eine Längsschnittanalyse der Wahlkampagnen von CDU und SPD bei Bundestagswahlen 1949 bis 1998, Opladen 2000.
- Heyden, Günter (Leiter des Autorenkollektivs): Manipulation. Die staatsmonopolistische Bewußtseinsindustrie, Berlin 1968.

- Hickethier, Knut: »Bruderschaft der entzündeten Augen«. Eine kleine Geschichte der Fernsehkritik in Deutschland, in: Werner Faulstich (Hrsg.), *Vom »Autor« zum »Nutzer«: Handlungsrollen im Fernsehen*, München 1994, S. 119–216.
- Hickethier, Knut (unter Mitarbeit von Peter Hoff): *Geschichte des deutschen Fernsehens*, Stuttgart/Weimar 1998.
- Hickethier, Knut: Narrative Navigation durchs Weltgeschehen. Erzählstrukturen in den Fernsehnachrichten, in: Klaus Kamps/Miriam Meckel (Hrsg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen*, Opladen 1998, S. 185–202.
- Hickethier, Knut: Zwischen Gutenberg-Galaxis und Bilder-Universum. Medien als neues Paradigma, Welt zu erklären, in: *Geschichte und Gesellschaft* 25, 1999, S. 146–171.
- Hickethier, Knut: Medialisierung, Medienverschmelzung und Öffentlichkeitsvielfalt, in: Werner Faulstich/Knut Hickethier (Hrsg.), *Öffentlichkeit im Wandel. Neue Beiträge zur Begriffsklärung*, Bardowick 2000, S. 272–285.
- Hilfferdig, Rudolf: In der Gefahrenzone, in: *Die Gesellschaft. Internationale Revue für Sozialismus und Politik* (II) 7, 1930, S. 289–297.
- Hilgartner, Stephen: *Science on Stage: Expert Advice as Public Drama*, Stanford 2000.
- Hirsch-Weber, Wolfgang/Schütz, Klaus: *Wähler und Gewählte. Eine Untersuchung der Bundestagswahlen 1953*, Berlin/Frankfurt am Main 1957.
- Hockerts, Günter/Müller-Luckner, Elisabeth (Hrsg.): *Koordinaten deutscher Geschichte in der Epoche des Ost-West-Konflikts*, München 2004.
- Hodenberg, Christina von: Konkurrierende Konzepte von »Öffentlichkeit« in der Orientierungskrise der sechziger Jahre, in: Matthias Frese/Julia Paulus/Karl Teppe (Hrsg.), *Demokratisierung und gesellschaftlicher Aufbruch. Die sechziger Jahre als Wendezeit der Bundesrepublik*, Paderborn 2003, S. 205–226.
- Höfer, Gert: *Meinungsforschung und Presse in Deutschland. Dargestellt am Problem einer Umfrage über die Einstellung der westdeutschen Bevölkerung zum Nationalsozialismus*, Dipl.-Arbeit Köln 1955.
- Hölscher, Wolfgang (Bearb.): *Die SPD-Fraktion im Deutschen Bundestag. Sitzungsprotokolle 1957–1961*, Düsseldorf 1993.
- Hoffmann, Johannes: »Vorsicht und keine Indiskretionen!« Zur Informationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung 1949–1955, Aachen 1995.
- Hofrichter, Jürgen: Exit polls and Election Campaigns, in: Bruce I. Newman (Hrsg.), *Handbook of political marketing, Thousands Oaks/London/New Delhi* 2000, S. 223–242.
- Hofstätter, Peter R./Lübbert, H.: Bericht über eine neue Methode der Eindrucksanalyse in der Marktforschung, in: *Psychologie und Praxis* (2) 2, 1958, S. 71–77.
- Hohmann, Johannes-Berthold/Hurwitz, Harold/Götz, Kuckhahn: *Kontinuität und Wandel in der Rekrutierung von SPD-Mitgliedern in einem Berliner Bezirk von 1945 bis 1973 (Arbeitspapier des ZI 6 der FU Berlin)*, Berlin 1986.
- Holli, Melvin G.: *The wizard of Washington. Emil Hurja, Franklin Roosevelt, and the birth of public opinion polling*, New York 2002.
- Holtgrewe, Ursula: »Wer das Problem hat, hat die Lösung.« Strukturierung und pragmatische Handlungstheorie am Fall von Organisationswandel, in: *Soziale Welt* 51, 2000, S. 173–190.
- Holtmann, Everhard: Die neuen Lassalleaner. SPD und HJ-Generation nach 1945, in: Martin Broszat u. a. (Hrsg.), *Von Stalingrad zur Währungsreform*, München 1988, S. 169–210.
- Holtz-Bacha, Christina: *Wahlwerbung als politische Kultur. Parteienspots im Fernsehen 1957–1998*, Wiesbaden 2000.
- Holzer, Horst: *Gescheiterte Aufklärung? Politik, Ökonomie und Kommunikation in der Bundesrepublik*, München 1971.
- Horkheimer, Max: *Survey of the Social Sciences in Western Germany. A Report on Recent Developments*, Library of Congress Washington 1952.

- Hoschka, Peter/Schunck, Hermann: Stabilität regionaler Wählerstrukturen in der Bundesrepublik, in: Max Kaase (Hrsg.), *Wahlsoziologie heute. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1976* (Politische Vierteljahresschrift 18, Heft 2/3 1977), Opladen 1977, S. 279–300.
- Hünemörder, Kai F.: *Die Frühgeschichte der globalen Umweltkrise und die Formierung der deutschen Umweltpolitik (1950–1973)*, Stuttgart 2004.
- Hurwitz, Harold: *Die Stunde Null der deutschen Presse: die amerikanische Pressepolitik in Deutschland 1945–1949*, Köln 1972.
- Hurwitz, Harold: *Mein Leben in Berlin*, in: *Leviathan* (2) 27, 1999, S. 264–279.
- Jacobs, Lawrence R./Shapiro, Robert Y.: *Issues, Candidate Image, and Priming. The Use of Private Polls in Kennedy's 1960 Presidential Campaign*, in: *American Political Science Review* 88, 1994, S. 527–540.
- Jacobs, Lawrence R./Shapiro, Robert Y.: *Presidential Manipulation of Polls and Public Opinion: The Nixon Administration and the Pollsters*, in: *Political Science Quarterly* 110, 1995, S. 519–538.
- Jahn, Hans Edgar: *An Adenauers Seite. Sein Berater erinnert sich*, München/Wien 1987.
- Jarren, Otfried/Schatz, Heribert/Weßler, Hartmut (Hrsg.): *Medien und politischer Prozeß: politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel*, Opladen 1996.
- Jaufmann, Dieter/Kistler, Ernst/Meier, Klaus/Strech, Karl-Heinz (Hrsg.): *Empirische Sozialforschung im vereinten Deutschland. Bestandsaufnahme und Perspektiven*, Frankfurt am Main 1992.
- Jaufmann, Dieter/Kistler, Ernst/Meier, Klaus/Strech, Karl-Heinz: *Einstellungs-, Markt- und Meinungsforschung in einem vereinten Deutschland. Weinheim 1951 – Ladenburg 1991: Nachtrag zu einer wissenschaftlichen Tagung*, in: *Berliner Journal für Soziologie* 2, 1992, S. 229–234.
- Juhász, Zoltán: *Gleich und gleich gesellt sich gern – oder die Bedeutung der Ähnlichkeit bei der Bewertung von Politikern*, in: Frank Brettschneider/Jan van Deth/Edeltraud Roller (Hrsg.), *Das Ende der politisierten Sozialstruktur?*, Opladen 2002, S. 187–213.
- Jung, Matthias: *Öffentlichkeit und Sprachwandel. Zur Geschichte des Diskurses über die Atomenergie*, Opladen 1994.
- Kaase, Max: *Die Wählerschaft der Parteien bei der Bundestagswahl von 1961*, in: Helmut Unkelbach/Rudolf Wildenmann/Werner Kaltefleiter (Hrsg.), *Wähler – Parteien – Parlament. Bedingungen und Funktionen der Wahl*, Frankfurt am Main/Bonn 1965, S. 22–38.
- Kaase, Max: *Wechsel von Parteipräferenzen. Eine Analyse am Beispiel der Bundestagswahl 1961*, Meisenheim/Glan 1967.
- Kaase, Max: *Determinanten des Wahlverhaltens bei der Bundestagswahl 1969*, in: *Politische Vierteljahresschrift* 11, 1970, S. 46–110.
- Kaase, Max: *Die Bundestagswahl 1972: Probleme und Analysen*, in: *Politische Vierteljahresschrift* (2) 14, 1973, S. 145–190.
- Kaase, Max: *Politische Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland*, in: *Politische Vierteljahresschrift* 18, 1977, S. 452–475.
- Kaase, Max: *Fernsehen, gesellschaftlicher Wandel und politischer Prozess*, in: Max Kaase/Winfried Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation. Theorien – Methoden – Befunde*, Opladen 1989, S. 97–117.
- Kaase, Max: *Wahlforschung und Demokratie. Eine Bilanz am Ende des Jahrhunderts*, in: *ZUMA-Nachrichten* (44) 23, 1999, S. 62–82.
- Kaltefleiter, Werner: *Zwischen Konsens und Krise – Eine Analyse der Bundestagswahl 1972*, Köln 1973.
- Kaltefleiter, Werner: *Die Bundestagswahl 1972. Eine Wahlanalyse*, in: *Die Frau in der offenen Gesellschaft: Materialien zur freiheitlich-sozialen Politik* (3) 2, 1973, S. 12–22.

- Kaltefleiter, Werner/Nissen, Peter: Empirische Wahlforschung. Eine Einführung in Theorie und Technik, Paderborn u.a. 1980.
- Kamps, Klaus (Hrsg.): Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese der politischen Kommunikation, Frankfurt am Main 2000.
- Kansteiner, Wulf: Nazis, Viewers, and Statistics. Television History, Television Audience Research and Collective Memory in West Germany, in: *Journal of Contemporary History* 39, 2004, S. 575–598.
- Kapferer, Clodwig: Ein Leben für die Information: Erfahrungen und Lehren aus sechs Jahrzehnten, Zürich 1983.
- Kaschuba, Wolfgang/Korff, Gottfried/Warneken, Bernd Jürgen (Hrsg.): Arbeiterkultur seit 1945 – Ende der Veränderung?, Tübingen 1991.
- Katz, Elihu/Lazarsfeld, Paul F.: Persönlicher Einfluß und Meinungsbildung, Wien 1962.
- Kebedies, Frank: Außer Kontrolle: Jugendkriminalität in der NS-Zeit und der frühen Nachkriegszeit, Essen 2000.
- Keller, Felix: Archäologie der Meinungsforschung. Mathematik und die Erzählbarkeit des Politischen, Konstanz 2001.
- Kepplinger, Hans Mathias: Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft, Freiburg/München 1998.
- Kepplinger, Hans Mathias: Die Kunst der Skandalierung und die Illusion der Wahrheit, München 2001.
- Kern, Horst: Empirische Sozialforschung. Ursprünge, Ansätze, Entwicklungslinien, München 1982.
- Ketelsen-Sontag, Hannelore: Empirische Sozialforschung im Marketing. Theorie und Praxis in der Marktforschung, Spardorf 1988.
- Kindelmann, Klaus: Kanzlerkandidaten in den Medien. Eine Analyse des Wahljahres 1990, Opladen 1994.
- Kirchgässner, Gebhard: Der Einfluß von Meinungsumfragen auf das Wahlergebnis, in: Hans-Dieter Klingemann/Max Kaase (Hrsg.), Wahlen und politischer Prozeß, Opladen 1986, S. 232–247.
- Kitschelt, Herbert: *The Transformation of European Social Democracy*, Cambridge 1994.
- Kitzinger, Uwe W.: Wahlkampf in Westdeutschland. Eine Analyse der Bundestagswahl 1957, Göttingen 1960.
- Klages, Helmut: Wertorientierungen im Wandel. Rückblick, Gegenwartsanalyse, Prognosen, Frankfurt am Main 1984.
- Klein, Josef (Hrsg.): Elefantenrunden »Drei Tage vor der Wahl«: die ARD-ZDF-Gemeinschaftssendung 1972–1987. Einführung und Text-Transkription, Baden-Baden 1990.
- Klein, Josef: Kann man »Begriffe besetzen«? Zur linguistischen Differenzierung einer plakativen politischen Metapher, in: Frank Liedtke/Martin Wengeler/Karin Böke (Hrsg.), Begriffe besetzen. Strategien des Sprachgebrauchs in der Politik, Opladen 1991, S. 44–69.
- Klein, Markus/Jagodzinski, Wolfgang/Mochmann, Ekkehard/Ohr, Dieter (Hrsg.): 50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland: Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten, Opladen/Wiesbaden 2000.
- Kleining, G.: Publikumsvorstellungen von Adenauer und Ollenhauer, in: *Psychologie und Praxis* 3, 1959, S. 357–378.
- Kleinmann, Hans Otto: *Geschichte der CDU 1945–1982*, Stuttgart 1993.
- Klingemann, Carsten: *Soziologie im Dritten Reich*, Baden-Baden 1996.
- Klotzbach, Kurt: *Der Weg zur Staatspartei. Programmatik, praktische Politik und Organisation der deutschen Sozialdemokratie*, Bonn 1996.
- Knoch, Hanno: Bewegungsmomente. Dokumentar fotografie und die Politisierung der westdeutschen Öffentlichkeit vor 1968, in: Bernd Weisbrod (Hrsg.), *Die Politik der Öffentlich-*

- keit – Die Öffentlichkeit der Politik. Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik, Göttingen 2003, S. 97–124.
- Knoch, Hanno/Morat, Daniel (Hrsg.): Kommunikation als Beobachtung. Medienanalysen und Gesellschaftsbilder 1880–1960, Göttingen 2003.
- Knoeringen, Waldemar von: Der Plan »Zukunft«: Gedanken zu einer zeitgerechten sozialistischen Politik, in: Neue Gesellschaft 5, 1958, S. 413–417.
- Koch, Achim: 20 Jahre Feldarbeit im ALLBUS: Ein Blick in die Blackbox, in: ZUMA-Nachrichten (51) 26, 2002, S. 9–37.
- Köcher, Renate/Schild, Joachim (Hrsg.): Wertewandel in Deutschland und Frankreich. Nationale Unterschiede und europäische Gemeinsamkeiten, Leverkusen 1998.
- Köhler, Otto: Unheimliche Publizisten. Die verdrängte Vergangenheit der Medienmacher, München 1995.
- König, René/Brepohl, Wilhelm, unter Mitarbeit von Max Ralis und Karl G. Specht (Hrsg.): Praktische Sozialforschung. Das Interview: Formen – Technik – Auswertung, Dortmund/Zürich 1952.
- König, René: Briefwechsel. Band 1, hgg. von Mario und Oliver König, Opladen 2000.
- König, T.: Reklame-Psychologie, ihr gegenwärtiger Stand – ihre praktische Bedeutung, München/Berlin 1926.
- Köppen, Hans-Wilhelm: Die deutsche Kundenzeitschrift, Berlin 1941.
- Kohl, Helmut: Politik und Demoskopie, in: Horst Baier/Hans Mathias Kepplinger/Kurt Reumann (Hrsg.), Öffentliche Meinung und sozialer Wandel, Opladen 1981, S. 169–174.
- Konrad-Adenauer-Stiftung: Jahresbericht 1969 ff., Bonn 1970 ff.
- Kordes, Walter/Pollmann, Hans: Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 7. Aufl., Düsseldorf 1983.
- Koszyk, Kurt: Pressepolitik für Deutsche 1945–1949, Berlin 1986.
- Kraske, Konrad: Die Bundestagswahl 1961. Vorbereitung – Ergebnis – Folgerungen. Eine Analyse im Auftrag des Bundesvorstandes der CDU, Bonn 1962.
- Krebs, Thomas: Parteiorganisation und Wahlkampfführung. Eine mikropolitische Untersuchung der SPD Bundestagswahlkämpfe 1965 und 1986/87, Wiesbaden 1996.
- Krevert, Peter: Funktionswandel der wissenschaftlichen Politikberatung in der Bundesrepublik Deutschland. Entwicklungslinien, Probleme und Perspektiven im Kooperationsfeld von Politik, Wissenschaft und Öffentlichkeit, Münster/Hamburg 1993.
- Kroeber-Riel, Werner/Barg, Claus Dieter/Bernhard, Ulrich: Die Reizstärke politischer Schlagworte im Wahlkampf, Saarbrücken 1975.
- Krogh, Peter F./Kaltefleiter, Werner (Hrsg.): Geheimhaltung und Öffentlichkeit in der Außenpolitik, Bonn 1974.
- Kropff, Hanns Ferdinand Josef: Angewandte Psychologie und Soziologie in Werbung und Vertrieb. Der gegenwärtige Entwicklungsstand der Werbepsychologie unter Einbeziehung sozio-psychologischer Erfahrungen, Stuttgart 1960.
- Kropff, Hanns Ferdinand Josef: Motivforschung: Methoden und Grenzen, Essen 1960.
- Krotz, Friedrich: Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien, Wiesbaden 2001.
- Kruij, Gudrun: Das »Welt«-»Bild« des Axel Springer Verlags. Journalismus zwischen westlichen Werten und deutschen Denktraditionen, München 1999.
- Kruke, Anja: Der Kampf um die Deutungshoheit. Meinungsforschung als Instrument von Parteien und Medien in den siebziger Jahren, in: Archiv für Sozialgeschichte 44, 2004, S. 293–326.
- Kruke, Anja: »Responsivität« und Medialisierung: Meinungsforschung für Parteien in den sechziger Jahren, in: Frank Bösch/Norbert Frei (Hrsg.), Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert, Göttingen 2006 (im Erscheinen).

- Kruke, Anja: Public Opinion Polling in Europe: Symbolic Meaning and Practices, in: Paolo Graziano/Erol Kulahci (Hrsg.), *The Europeanisation of Political Parties*, Brüssel/Frankfurt am Main 2006 (im Erscheinen).
- Kuby, Erich: Das ist des Deutschen Vaterland: 70 Millionen in zwei Wartesälen, Stuttgart 1957.
- Küchler, Manfred: Was leistet die empirische Wahlsoziologie? in: Max Kaase (Hrsg.), *Wahlsoziologie heute. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1976* (Politische Vierteljahresschrift 18, Hef 2/3 1977), Opladen 1977, S. 145–168.
- Lakoff, George/Johnson, Mark: *Metaphors we live by*, Chicago/London 1980.
- Landwehr, Achim: *Geschichte des Sagbaren. Einführung in die Historische Diskursanalyse*, Tübingen 2001.
- Landwehr, Achim: Das Sichtbare sichtbar machen. Annäherungen an ›Wissen‹ als Kategorie historischer Forschung, in: Achim Landwehr (Hrsg.), *Geschichte(n) der Wirklichkeit. Beiträge zur Sozial- und Kulturgeschichte des Wissens*, Augsburg 2002, S. 61–89.
- Landwehr, Achim: Diskurs – Macht – Wissen. Perspektiven einer Kulturgeschichte des Politischen, in: *Archiv für Kulturgeschichte* 85, 2003, S. 71–119.
- Lange, Hans-Jürgen: *Responsivität und Organisation. Eine Studie über die Modernisierung der CDU von 1973–1989*, Marburg 1994.
- Lass, Jürgen: *Vorstellungsbilder über Kanzlerkandidaten. Zur Diskussion um die Personalisierung von Politik*, Wiesbaden 1995.
- Lau, Matthias: *Pressepolitik als Chance. Staatliche Öffentlichkeitsarbeit in den Ländern der Weimarer Republik*, Stuttgart 2003.
- Lazarsfeld, Paul F.: Public opinion and the classical tradition, in: *Public Opinion Quarterly* (1) 21, 1957, S. 39–53.
- Lazarsfeld, Paul F./Berelson, Bernard/Gaudet, Hazel: *The People's Choice. How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign*, New York 1944.
- Lederer, Emil/Marschak, Jacob: *Der Neue Mittelstand*, in: Emil Lederer (Hrsg.), *Grundriß der Nationalökonomik* 1926.
- Lenz, Friedrich: *Meinungsforschung in Deutschland. Eine kurze Darstellung von Ergebnissen, Methoden und Erkenntniswert wissenschaftlicher Erforschung der öffentlichen Meinung*, Stuttgart 1950.
- Lenz, Otto: *Die soziale Wirklichkeit*, Allensbach 1956.
- Lenz, Otto: *Im Zentrum der Macht. Das Tagebuch von Staatssekretär Lenz 1951–1953*, bearb. von Klaus Gotto, Hans-Otto Kleinmann und Reinhard Schreiner, Düsseldorf 1989.
- Lepsius, M. Rainer: *Parteiensystem und Sozialstruktur. Zum Problem der Demokratisierung der deutschen Gesellschaft*, in: Wilhelm Abel/u. a. (Hrsg.), *Wirtschaft, Geschichte und Wirtschaftsgeschichte. Festschrift zum 65. Geburtstag von F. Lütge*, Stuttgart 1966, S. 371–393.
- Lepsius, M. Rainer: *Wahlverhalten, Parteien und politische Spannungen. Vermutungen zu Tendenzen und Hypothesen zur Untersuchung der Bundestagswahl 1972*, in: *Politische Vierteljahresschrift* 14, 1973, S. 295–313.
- Levenstein, Adolf: *Die Arbeiterfrage: mit besonderer Berücksichtigung der sozialpsychologischen Seite des modernen Großbetriebes und der psycho-physischen Einwirkungen auf die Arbeiter*, München 1912.
- Lewis, Justin: *The opinion poll as a cultural form*, in: *International Journal of Cultural Studies* (2) 2, 1999, S. 199–221.
- Lieber, H. J.: *Kritisches zur Meinungsforschung*, in: *Die neue Gesellschaft* 4, 1957, S. 251–258.
- Liedtke, Frank/Wengeler, Martin/Böke, Karin (Hrsg.): *Begriffe besetzen. Strategien des Sprachgebrauchs in der Politik*, Opladen 1991.
- Liepelt, Klaus: *Einleitung*, in: Karl Böreth u. a. (Hrsg.), *Wahlforschung: Sonden im politischen Markt*, zweite, erw. Aufl., Opladen 1977, S. 7–12.

- Liepelt, Klaus: Wie halten wir es mit den Prognosen? Demoskopie als Meß- und Einflußinstrument, in: Heinrich Oberreuter (Hrsg.), Ungewißheiten der Macht. Parteien, Wähler, Wahlentscheidung, München 1998, S. 134–158.
- Liepelt, Klaus/Loew, Christoph: Menschen an der Saar. Arbeitnehmer, Verbraucher und Staatsbürger nach dem Tage X, mit einem Nachwort von Karl Dietrich Bracher, Frankfurt am Main 1962.
- Liepelt, Klaus/Mitscherlich, Alexander (Hrsg.): Thesen zur Wählerfluktuation. Bericht über eine Arbeitstagung des Instituts für angewandte Sozialwissenschaft, Frankfurt am Main 1968.
- Liepelt, Klaus/Riemenschnitter, Helga: Wider die These vom besonderen Wahlverhalten der Frau. Eine Auseinandersetzung mit statistischen und individualistischen Fehlschlüssen, in: Politische Vierteljahresschrift 14, 1973, S. 567–605.
- Liepelt, Klaus/Riemenschnitter, Helga: Die Wähler-Wanderungsbilanz. Ein neues Analyse-Instrument der Wahlforschung, in: Dieter Just/Lothar Romain (Hrsg.), Auf der Suche nach dem mündigen Wähler, Bonn 1974, S. 149–160.
- Link, Jürgen: Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird, 2. Aufl., Opladen 1999.
- Lipari, Lisbeth: Polling as Ritual, in: Journal of Communication (1) 49, 1999, S. 83–102.
- Lipari, Lisbeth: Toward a discourse approach to polling, in: Discourse Studies 2, 2000, S. 187–215.
- Lippmann, Walter: The Phantom Public, New York 1925.
- Lipset, Seymour Martin: Die Soziologie der Demokratie, Neuwied 1962.
- Lösche, Peter/Walter, Franz: Die SPD: Klassenpartei – Volkspartei – Quotenpartei. Zur Entwicklung der Sozialdemokratie von Weimar bis zur deutschen Vereinigung, Darmstadt 1992.
- Löwenthal, Gerhard: Wählermeinung – nicht geheim. Der Beitrag des ZDF-Magazins zur Bundestagswahl 1969, in: Christian Longolius (Hrsg.), Die Bundestagswahl 1969 als journalistische Aufgabe, Mainz 1969, S. 55–64.
- Lohmar, Ulrich (Hrsg.): Deutschland 1975: Analysen, Prognosen, Perspektiven, München 1965.
- Lohmar, Ulrich: Wissenschaftsförderung und Politische Beratung, Gütersloh 1967.
- Lompe, Klaus: Wissenschaftliche Beratung der Politik. Ein Beitrag zur Theorie anwendender Sozialwissenschaften, Göttingen 1966.
- Lorenz, Franz (Hrsg.): Der Schwerpunkt der Wählermeinung, Konstanz 1949.
- Lübbe, Hermann: Streit um Worte. Sprache und Politik. Bochumer Universitätsreden, Heft 3, Bochum 1967.
- Luhmann, Niklas: Gesellschaftsstruktur und Semantik: Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Frankfurt am Main 1980.
- Luhmann, Niklas: Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Frankfurt am Main 1995.
- Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, 2. erw. Aufl., Opladen 1996.
- Luhmann, Niklas: Die Politik der Gesellschaft, Frankfurt am Main 2000.
- Lupri, Eugen: Über den Einfluß von Meinungsforschungsergebnissen auf die politische Willensbildung, in: Zum Stand der politischen Bildung 7, 1966.
- Maasen, Sabine/Weingart, Peter: Metaphors – Messengers of Meaning. A contribution to an Evolutionary Sociology of Science, in: Science Communication (1) 17, 1995, S. 9–31.
- Mah, Harold: Phantasies of the Public Sphere: Rethinking the Habermas of Historians, in: Journal of Modern History 72, 2000, S. 153–182.
- Marcinkowski, Frank/Greger, Volker: Die Personalisierung politischer Kommunikation im Fernsehen. Ein Ergebnis der Amerikanisierung?, in: Klaus Kamps (Hrsg.), Trans-Atlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese der politischen Kommunikation, Frankfurt am Main 2000, S. 179–197.

- Markovits, Andrei S./Gorski, Philip S.: Grün schlägt Rot. Die deutsche Linke nach 1945, Hamburg 1997.
- Marquardt-Bigman, Petra: Amerikanische Geheimdienstanalysen über Deutschland 1942–1949, München 1995.
- Martens, Holger: Die Geschichte der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands in Schleswig-Holstein 1945–1959, Malente 1998.
- Martini, Winfried: Das Ende aller Sicherheit. Eine Kritik des Westens, Stuttgart 1954.
- Mayntz, Renate: Zur Selektivität der steuerungstheoretischen Perspektive, in: Hans-Peter Burth/Axel Görlitz (Hrsg.), Politische Steuerung in Theorie und Praxis, Baden-Baden 2001, S. 17–27.
- McCombs, Maxwell/Shaw, Donald: The agenda-setting function of mass media, in: Public Opinion Quarterly 36, 1972, S. 176–185.
- McLuhan, Marshall: The Medium is the Massage, Harmondsworth 1967.
- Mecking, Sabine: Kommunale Gebietsreform(en) in der Bundesrepublik in den 1960er und 1970er Jahren. Forschungsstand und Untersuchungsperspektiven, in: Westfälische Forschungen 54, 2004, S. 415–432.
- Mehringer, Hartmut: Waldemar von Knoeringen. Eine politische Biographie: Der Weg vom revolutionären Sozialismus zur sozialen Demokratie, München u. a. 1989.
- Mehringer, Hartmut: Impulse sozialdemokratischer Remigranten auf die Modernisierung der SPD, in: Claus-Dieter Krohn/Patrik von zur Mühlen (Hrsg.), Rückkehr und Aufbau nach 1945. Deutsche Remigranten im öffentlichen Leben Nachkriegsdeutschlands, Marburg 1997, S. 91–110.
- Meinhart, Edith/Schmid, Ulla: Spin Doktoren. Manipulation in der Politik, Wien 2000.
- Melchert, Florian: Meinungsfreiheit in Gefahr? Die medienpolitische Debatte in der Bundesrepublik vom Fernsehstreit bis zur Anti-Springer-Kampagne (1961–1969), Bochum 2003.
- Mendelsohn, Harold/Crespi, Irving: Polls, Television and the New Politics, Scranton 1970.
- Mergel, Thomas: Parlamentarische Kultur in der Weimarer Republik. Politische Kommunikation, symbolische Politik und Öffentlichkeit im Reichstag, Düsseldorf 2002.
- Mergel, Thomas: Überlegungen zu einer Kulturgeschichte der Politik, in: Geschichte und Gesellschaft 28, 2002, S. 574–606.
- Mergel, Thomas: Der mediale Stil der »Sachlichkeit«. Die gebremste Amerikanisierung des Wahlkampfes in der alten Bundesrepublik, in: Bernd Weisbrod (Hrsg.), Die Politik der Öffentlichkeit – Die Öffentlichkeit der Politik. Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik, Göttingen 2003, S. 29–54.
- Merritt, Anna J./Merritt, Richard L.: Public Opinion in Occupied Germany. The OMGUS-Surveys 1945–1949, Urbana/Chicago/London 1970.
- Merritt, A. J./Merritt, R. L.: Public Opinion in Semisovereign Germany. The HICOG Surveys 1949–1955, Urbana/Chicago/London 1980.
- Merritt, Richard L.: Democracy Imposed. U.S. Occupation Policy and the German Public, 1945–1949, New Haven/London 1995.
- Merseburger, Peter: Willy Brandt 1913–1992. Visionär und Realist, München 2002.
- Metzler, Gabriele: Breite Straßen, schmale Pfade. Fünf Wege zur Geschichte der Bundesrepublik, in: Neue Politische Literatur 46, 2001, S. 244–267.
- Metzler, Gabriele: Am Ende aller Krisen? Politisches Denken und Handeln in der Bundesrepublik der sechziger Jahre, in: Historische Zeitschrift (275) 2002, S. 57–103.
- Metzler, Gabriele: Konzeptionen politischen Handelns von Adenauer bis Brandt. Politische Planung in der pluralistischen Gesellschaft, Paderborn 2004.
- Meyen, Michael: Kollektive Ausreise? Zur Reichweite ost- und westdeutscher Fernsehprogramme in der DDR, in: Publizistik 47, 2002, S. 200–220.

- Meyen, Michael: Einschalten, Umschalten, Ausschalten? Das Fernsehen im DDR-Alltag, Leipzig 2003.
- Meyer, Armin: Parteiaktivitäten und Einstellungen von CDU- und SPD-Mitgliedern, in: Jürgen Dittberner/Rolf Ebbighausen (Hrsg.), Parteiensystem in der Legitimationskrise. Studien und Materialien zu Soziologie der Parteien in der Bundesrepublik Deutschland, Opladen 1973, S. 56–81.
- Meyer, Thomas: Mediokratie. Die Kolonialisierung des politischen Systems durch die Medien, Frankfurt am Main 2001.
- Meyer, Thomas/Ontrup, Rüdiger/Schicha, Christian: Die Inszenierung des Politischen: zur Theatralität von Mediendiskursen, Wiesbaden 2000.
- Meyer, Thomas/Schicha, Christian/Brosda, Carsten: Diskurs-Inszenierungen. Zur Struktur politischer Vermittlungsprozesse am Beispiel der Debatte zur ökologischen Steuerreform, Wiesbaden 2001.
- Miller, Mungo: Report of Dr. Mungo Miller, American Specialist of Survey Interviewing in Germany 1952.
- Miller, Susanne: Die SPD vor und nach Godesberg. Kleine Geschichte der SPD, Bonn 1974.
- Miller, Susanne/Pothhoff, Heinrich: Kleine Geschichte der SPD. Darstellung und Dokumentation 1848–1983, 5. Aufl., Bonn 1983.
- Mintzel, Alf: Geschichte der CSU. Ein Überblick, Opladen 1977.
- Mintzel, Alf: Die Volkspartei – Typus und Wirklichkeit. Ein Lehrbuch, Opladen 1984.
- Möller, Alex: Genosse Generaldirektor, München/Zürich 1978.
- Moeller, Robert G.: Geschützte Mütter. Frauen und Familien in der westdeutschen Nachkriegspolitik, München 1997.
- Mommsen, Hans: Der Immobilismus der SPD und der Aufstieg des Nationalsozialismus, in: ders. (Hrsg.), Sozialdemokratie zwischen Klassenbewegung und Volkspartei, Frankfurt am Main 1974, S. 106–133.
- Mooser, Josef: Abschied von der »Proletarität«. Sozialstruktur und Lage der Arbeiterschaft in der Bundesrepublik in historischer Perspektive, in: Werner Conze/Rainer M. Lepsius (Hrsg.), Sozialgeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Beiträge zum Kontinuitätsproblem, Stuttgart 1983, S. 143–186.
- Mooser, Josef: Arbeiterleben in Deutschland 1900–1970. Klassenlagen, Kultur und Politik, Frankfurt am Main 1984.
- Moschonas, Gerassimos: In the Name of Social Democracy. The Great Transformation: 1945 to the Present, London/New York 2002.
- Müllenbach, Peter: Das Plakat in der politischen Propaganda. Aufgezeigt an Beispielen aus der CDU-Propaganda zur Wahl am 6. September 1953, in: Jahrbuch der Außenwerbung, 1954, S. 17–23.
- Müller, Albrecht: Willy wählen. Siege kann man machen, Annweiler 1997.
- Müller, Albrecht: Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie. Beobachtungen zum Bundestagswahlkampf 1998 im Spiegel früherer Erfahrungen, Opladen 1999.
- Müller, Marion G.: Politische Bildstrategien im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 1828–1996, Berlin 1997.
- Müller-Doohm, Stefan: Medienindustrie und Demokratie. Verfassungspolitische Interpretation. Sozioökonomische Analyse, Frankfurt am Main 1972.
- Müller-Rommel, Ferdinand: Sozialwissenschaftliche Politik-Beratung. Probleme und Perspektiven, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 25, 1984, S. 26–39.
- Münke, Stephanie/Gurland, R. L. Arcadius: Wahlkampf und Machtverschiebung. Geschichte und Analyse der Berliner Wahlen vom 3. Dezember 1950, Berlin 1952.
- Münkel, Daniela: Politiker-Image und Wahlkampf. Das Beispiel Willy Brandt: Vom deutschen Kennedy zum deutschen Helden, in: Weisbrod, Bernd (Hrsg.): Die Politik der Öffentlichkeit

- Die Öffentlichkeit der Politik. Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik, Göttingen 2003, S. 55–76.
- Münkel, Daniela: Als ›deutscher Kennedy‹ zum Sieg? Willy Brandt, die USA und die Medien, in: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History 1, 2004, S. 172–194.
- Münkel, Daniela: Willy Brandt und die »vierte Gewalt«. Politik und Massenmedien in den 50er bis 70er Jahren, Frankfurt am Main 2005.
- Münster, Hans A.: Jugend und Zeitung, Berlin 1932.
- Murswieck, Axel (Hrsg.): Regieren und Politikberatung, Opladen 1994.
- Nagle, John: The National Democratic Party. Right radicalism in the Federal Republic of Germany, Berkeley/Los Angeles/London 1970.
- Naumann, Klaus: Die Historisierung der Bundesrepublik. Zeitgeschichtsschreibung in zeitdiagnostischer Absicht, in: Mittelweg 36 (3) 9, 2000, S. 53–67.
- Negt, Oskar/Kluge, Alexander: Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit, Frankfurt am Main 1973.
- Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, Opladen 1994.
- Neisser, Hans: Sozialstatistische Analyse des Wahlergebnisses, in: Die Arbeit (7), 1930, S. 654–659.
- Neumann, Erich Peter: NATO zwischen West und Ost, in: Die politische Meinung, 1972, S. 1140–1153.
- Neumann, Erich Peter/Noelle-Neumann, Elisabeth: Antworten. Politik im Kraftfeld der öffentlichen Meinung, 2. Aufl., Allensbach 1955.
- Niemann, Heinz: Hintern Zaun. Politische Kultur und Meinungsforschung in der DDR – die geheimen Berichte an das Politbüro des ZK, Berlin 1995.
- Nikolow, Sybilla: Die Nation als statistisches Kollektiv. Bevölkerungskonstruktionen im Kaiserreich und in der Weimarer Republik, in: Ralph Jessen/Jakob Vogel (Hrsg.), Wissenschaft und Nation in der europäischen Geschichte, Frankfurt am Main 2002, S. 235–259.
- Noelle, Elisabeth: Meinungs- und Massenforschung in USA. Umfragen über Politik und Presse, Frankfurt am Main 1940.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Perspektiven der Nüchternheit. Bericht über eine Umfrage nach der Währungsreform, in: Die Gegenwart, (18/Nr. 67 vom 15. 9. 1948) 3, 1948, S. 15 ff.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Leserbrief zu »Überdemokratie«, in: Die Gegenwart (19/Nr. 92 vom 1. 10. 1949) 4, 1949, S. 4.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Wie die öffentliche Meinung erforscht wird, in: Wirtschaftszeitung (67), 1949, S. 5.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Öffentliche Meinung und soziale Kontrolle, Tübingen 1966.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Demoskopie und Fernsehen. Das Risiko des Informationsverlustes bei Wahlstudien, in: Christian Longolius (Hrsg.), Die Bundestagswahl 1969 als journalistische Aufgabe, Mainz 1969, S. 251–270.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Kann das Fernsehen als Stachel der Gesellschaft wirken?, in: Dieter Stolte (Hrsg.), Fernseh-Kritik. Die gesellschafts-kritische Funktion des Fernsehens, Mainz 1970, S. 79–90.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Return to the concept of powerful Mass Media, in: Studies of Broadcasting (9/March), 1973, S. 67–112.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Schweigespirale. Über die Entstehung der öffentlichen Meinung, in: Ernst Forsthooff/Reinhart Hörstel (Hrsg.), Standorte im Zeitstrom. Festschrift für Arnold Gehlen, Frankfurt am Main 1974, S. 299–330.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie. Eine sozialpsychologische Interpretation der Bundestagswahl 1972, in: Dieter Just/Lothar Romain (Hrsg.), Auf der Suche nach dem mündigen Wähler, Bonn 1974, S. 161–205.

- Noelle-Neumann, Elisabeth: Umfrageforschung und politische Entscheidung. Eine Fallstudie: Deutsche Bundestagswahl 1976, o. O. 1976.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Das doppelte Meinungsklima. Der Einfluss des Fernsehens im Wahlkampf, in: Max Kaase (Hrsg.), *Wahlsoziologie heute. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1976* (Politische Vierteljahresschrift 18, Heft 2/3 1977), Opladen 1977, S. 408–451.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Kampf um die öffentliche Meinung – Eine vergleichende sozialpsychologische Analyse der Bundestagswahlen 1972 und 1976, in: Dieter Just/Peter Röhrig (Hrsg.), *Entscheidung ohne Klarheit. Anmerkungen und Materialien zur Bundestagswahl 1976*, Bonn 1978, S. 125–167.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Werden wir alle Proletarier? Wertewandel in unserer Gesellschaft*, Zürich 1978.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Öffentlichkeit als Bedrohung: Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung*, 2. durchgesehene Aufl., Freiburg im Breisgau 1979.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*, München 1980.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie*, Freiburg 1980.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Political Opinion Polling in Germany*, in: Robert M. Worcester (Hrsg.), *Political Opinion Polling – An international Review*, London 1983, S. 44–60.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Entwicklung der empirischen Sozialforschung in Deutschland – Bericht einer Zeitzeugin, in: Dieter Jaufmann/Ernst Kistler/Klaus Meier u. a. (Hrsg.), *Empirische Sozialforschung im vereinten Deutschland. Bestandsaufnahme und Perspektiven*, Frankfurt am Main/New York 1992, S. 47–59.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Über den Fortschritt der Publizistikwissenschaft durch Anwendung empirischer Forschungsmethoden. Eine autobiographische Aufzeichnung, in: Arnulf Kutsch/Horst Pöttker (Hrsg.), *Kommunikationswissenschaft – autobiographisch. Zur Entwicklung einer Wissenschaft in Deutschland*, Opladen 1997, S. 36–61.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Lehrer und Schülerin – ein Doppelporrait*, in: Bernd Söseman (Hrsg.), *Emil Dovifat. Studien und Dokumente zu Leben und Werk*, Berlin/New York 1998, S. 17–32.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Medieninhaltsanalyse und Meinungsforschung in den USA und Deutschland. Ein wissenschaftsgeschichtliches Kapitel*, in: Christina Holtz-Bacha/Helmut Scherer/Norbert Waldmann (Hrsg.), *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Für Winfried Schulz*, Opladen 1998, S. 173–187.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Neumann, Erich Peter (Hrsg.): *Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1947–1955*, Allensbach 1956.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Neumann, Erich Peter (Hrsg.): *Umfragen über Adenauer. Ein Portrait in Zahlen*, Allensbach 1961.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Schmidtchen, Gerhard: *Die Bedeutung repräsentativer Bevölkerungsumfragen für die offene Gesellschaft*, in: *Politische Vierteljahresschrift* 4, 1963, S. 168–195.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Tennstädt, Friedrich: *Wahlrends in Deutschland*, in: *Herder-Korrespondenz* (2) 27, 1973, S. 77–86.
- Nolte, Paul: *Die Ordnung der deutschen Gesellschaft. Selbstentwurf und Selbstbeschreibung im 20. Jahrhundert*, München 2000.
- Nonn, Christoph: *Das Godesberger Programm und die Krise des Ruhrbergbaus. Zum Wandel der deutschen Sozialdemokratie von Ollenhauer zu Brandt*, in: *Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte* 50, 2002, S. 71–97.
- Nützenadel, Alexander: *Wissenschaftliche Politikberatung in der Bundesrepublik. Die Gründung des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Lage 1963*, in: *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte* 89, 2002, S. 288–306.

- Nützenadel, Alexander: Stunde der Ökonomen. Wissenschaft, Politik und Expertenkultur in der Bundesrepublik 1949–1974, Göttingen 2005.
- Nullmeier, Frank/Rüb, Friedbert W.: Die Transformation der Sozialpolitik. Vom Sozialstaat zum Sicherungsstaat, Frankfurt am Main/New York 1993.
- Oberndörfer, Dieter: Politische Meinungsforschung und Politik, in: Dieter Oberndörfer (Hrsg.), Wählerverhalten in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1978, S. 13–38.
- Oberndörfer, Dieter (Hrsg.): Wählerverhalten in der Bundesrepublik Deutschland. Studien zu ausgewählten Problemen der Wahlforschung aus Anlaß der Bundestagswahl 1976, Berlin 1978.
- Oberpriller, Martin: Jungsozialisten. Parteijugend zwischen Anpassung und Opposition, Bonn 2004.
- Oberreuter, Heinrich: Medien und Demokratie. Ein Problemaufriß, in: Karl Rohe (Hrsg.), Politik und Demokratie in der Informationsgesellschaft, Baden-Baden 1996, S. 11–24.
- Oberschall, Anthony: Empirische Sozialforschung in Deutschland 1848–1914, Freiburg/Breisgau 1997.
- Oertzen, Christine von: Teilzeitarbeit und die Lust am Zuverdienen. Geschlechterpolitik und gesellschaftlicher Wandel in Westdeutschland 1948–1969, Göttingen 1999.
- Osborne, Thomas/Rose, Nikolas: Do the Social Sciences create Phenomena? The Example of Public Opinion Research, in: *The British Journal of Sociology* 50, 1999, S. 367–396.
- Osterhammel, Jürgen: Transnationale Gesellschaftsgeschichte: Erweiterung oder Alternative?, in: *Geschichte und Gesellschaft* 27, 2001, S. 464–479.
- Packard, Vance: Die geheimen Verführer. Der Griff nach dem Unbewußten in jedermann, 4. Aufl., Düsseldorf 1958.
- Padgett, Stephen/Patterson, William E.: A History of Social Democracy in Postwar Europe, 2. Aufl., London/New York 1993.
- Padover, Saul K.: Lügendetektor. Vernehmungen im besiegten Deutschland 1944/45, Frankfurt am Main 1999.
- Pagnoncelli, Nando: Opinioni in percentuale: i sondaggi tra politica e informazione, Rom 2001.
- Panebianco, Angelo: Political Parties. Organization and Power, Cambridge 1988.
- Paul, Gerhard: Aufstand der Bilder: die NS-Propaganda vor 1933, Bonn 1990.
- Pauli-Balleis, Gabriele: Polit-PR: Strategische Öffentlichkeitsarbeit politischer Parteien. Zur PR-Praxis der CSU, Zirndorf 1987.
- Petersdorff, Eggert von [Red.]: Material zum Thema Politik und Sprache. Mit Beiträgen von Josef Klein, Wulf Schönbohm u. a., Bonn/Eichholz 1973.
- Petersen, Klaus: Zensur in der Weimarer Republik, Stuttgart/Weimar 1995.
- Peukert, Detlev: Grenzen der Sozialdisziplinierung: Aufstieg und Krise der deutschen Jugendfürsorge von 1878 bis 1932, Köln 1986.
- Pfetsch, Barbara: Politische Kommunikationskultur. Eine vergleichende Untersuchung von politischen Sprechern und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA, Opladen/Wiesbaden 2003.
- Pfister, Christian (Hrsg.): Das 1950er Syndrom. Der Weg in die Konsumgesellschaft, Bern u. a. 1996.
- Pirker, Theo: Die SPD nach Hitler. Die Geschichte der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands 1945–1965, München 1965.
- Pitkin, Hanna Fenichel: The Concept of Representation, Berkeley, Calif. u. a. 1967.
- Platt, Jennifer: Anglo-American contacts in the development of research methods before 1945, in: Martin Bulmer u. a. (Hrsg.), *The Social Survey in Historical Perspective 1880–1940*, Cambridge 1991, S. 340–359.
- Platz, Johannes: Die Praxis der kritischen Theorie. Angewandte Sozialwissenschaft und Demokratie in der frühen Bundesrepublik, Diss. Univ. Trier 2006.

- Podiumsdiskussion [mit Wolfgang Ernst, Wilhelm Hennis, Elisabeth Noelle-Neumann und Leopold Rosenmayr], in: Max Kaase/Werner Ott/Erwin K. Scheuch (Hrsg.), Empirische Sozialforschung in der modernen Gesellschaft. Beiträge und Referate anlässlich und in Zusammenhang mit der gemeinsamen wissenschaftlichen Jahrestagung des Arbeitskreises Deutscher Marktforschungsinstitute (ADM) und der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute (ASI) am 1. und 2. Oktober 1981 in Heidelberg, Frankfurt am Main/New York 1983, S. 69–97.
- Polanyi, Michael: Implizites Wissen, Frankfurt am Main 1985.
- Politische Akademie Eichholz (Hrsg.): Material zum Problem politischer Arbeit in der modernen Gesellschaft: als Arbeitsunterlage für die wissenschaftliche Arbeitstagung der Politischen Akademie Eichholz vom 23.–25. Januar 1967 zum Thema: Über die politische Arbeit in der Großstadt; Leitstudie, Materialsammlung, Empfehlungen, Bonn 1967.
- Pollock, Friedrich: Gruppenexperiment. Ein Studienbericht bearb. von Friedrich Pollock, Frankfurt am Main 1955.
- Popitz, Werner/Bahrdrdt, Hans Paul/Jüres, Ernst August/Kesting, Hanno: Das Gesellschaftsbild des Arbeiters. Soziologische Untersuchungen in der Hüttenindustrie, Tübingen 1957.
- Pothhoff, Heinrich (Bearb.): Die SPD-Fraktion im Deutschen Bundestag. Sitzungsprotokolle 1961–1966, Halbbd. 1: 1.–72. Sitzung, 1961–1963/ Halbbd. 2: 73.–167. Sitzung, 1964–1966, Düsseldorf 1993.
- Pridham, Geoffrey: Christian Democracy in Western Germany. The CDU/CSU in Government and Opposition 1945–1976, London 1977.
- Przeworski, Adam/Sprague, John: Paper Stones. A History of Electoral Socialism, Chicago/London 1986.
- Radunski, Peter: Wahlkämpfe. Politische Wahlkampfführung als politische Kommunikation, München 1980.
- Radunski, Peter: Die Wähler in der Stimmungsdemokratie, in: Sonde. Neue christlich-demokratische Politik (2) 34, 1985, S. 99–106.
- Radunski, Peter: Wahlkampf in den achtziger Jahren. Repolitisierung der Wahlkampfführung und neue Techniken in den Wahlkämpfen der westlichen Demokratien, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 11, 1986, S. 34–45.
- Radunski, Peter/Niemetz, Alexander: Die Anlage des Landtagswahlkampfes. Erfolgreiche Planung und Durchführung eines Wahlkampfes am Beispiel der CDU Hessen, in: Sonde. Neue christlich-demokratische Politik (1) 4, 1971, S. 36–51.
- Ralis, Max: Lässt sich die öffentliche Meinung wissenschaftlich erforschen? in: Max Graf zu Solms (Hrsg.), Aus der Werkstatt des Sozialforschers, Frankfurt am Main 1948, S. 124–134.
- Ralis, Max: Über einige Erfahrungen aus der Praxis der Sozialforschung ›Kommunikationsverhalten‹, Diss. Univ. Köln 1953.
- Rammstedt, Ottheim: Deutsche Soziologie 1933–1945. Die Normalität einer Anpassung, Frankfurt am Main 1986.
- Raphael, Lutz: Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts, in: Geschichte und Gesellschaft 22, 1996, S. 165–193.
- Raphael, Lutz: Experten im Sozialstaat, in: Günter Hockerts (Hrsg.), Drei Wege deutscher Sozialstaatlichkeit. NS-Diktatur, Bundesrepublik und DDR im Vergleich, München 1998, S. 231–258.
- Raphael, Lutz: Zweierlei Kriegseinsatz. Amerikanische und deutsche Psychologen im 2. Weltkrieg, in: Christof Dipper/Andreas Gestrich/Lutz Raphael (Hrsg.), Krieg, Frieden und Demokratie. Festschrift für Martin Voigt zum 65. Geburtstag, Frankfurt am Main u. a. 2001, S. 207–217.

- Raupp, Juliana: Information, Instrumentalisierung, Reflexion: Die widerspruchsvolle Verwendung von Umfragen in der Wahlberichterstattung, in: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002*, Wiesbaden 2003, S. 116–137.
- Rauter, Ernst A.: *Wie eine Meinung in einem Kopf entsteht. Über das Herstellen von Untertanen*, München 1971.
- Recker, Marie-Luise/Tenfelde, Klaus (Hrsg.): *Handbuch zur Statistik der Parlamente und Parteien in den westlichen Besatzungszonen und in der Bundesrepublik Deutschland*. SPD, KPD und Parteien des linken Spektrums sowie DIE GRÜNEN. Mitgliedschaft und Sozialstruktur, bearb. von Josef Boyer und Till Kössler, Düsseldorf 2005.
- Reigrotzki, Erich: *Soziale Verflechtungen in der Bundesrepublik. Elemente der sozialen Teilnahme in Kirche, Politik, Organisationen und Freizeit*, Tübingen 1956.
- Reinecker, Herbert/Stackelberg, Karl Georg von/Utermann, Wilhelm: *Panzer nach vorn! Panzermänner erzählen vom Feldzug in Polen; nacherzählt; mit 20 Zeichnungen von Hans O. Wendt*, Berlin 1939.
- Renn, Ortwin: Sozialwissenschaftliche Politikberatung. Gesellschaftliche Anforderungen und gelebte Praxis, in: *Berliner Journal für Soziologie* 9, 1999, S. 531–548.
- Ritter, Gerhard A./Niehuss, Merith: *Wahlen in Deutschland 1946–1991. Ein Handbuch*, München 1991.
- Robinson, Daniel J.: *The Measure of Democracy: Polling, Market Research, and Public Life 1930–1945*, Toronto/Buffalo 1999.
- Rössler, Patrick: *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*, Opladen 1997.
- Rosenberg, Milton J/Verba, Sidney/Converse, Philip E.: *Vietnam and the silent majority. The dove's guide*, New York u. a. 1970.
- Rosenberger, Ruth: *Demokratisierung durch Verwissenschaftlichung? Betriebliche Humanexperten als Akteure des Wandels der betrieblichen Sozialordnung in westdeutschen Unternehmen*, in: *Archiv für Sozialgeschichte* 44, 2004, S. 327–356.
- Rosenberger, Ruth: *Experten für Humankapital. Zur Genese eines Tätigkeitsfelds zwischen Wissenschaft und Praxis: Betriebliche Personalpolitik in der Bundesrepublik Deutschland*, Diss. Univ. Trier 2005.
- Roth, Dieter: *Ökonomische Variablen und Wahlverhalten. Eine empirische Untersuchung von Validität von Einschätzungsfragen*, in: *Politische Vierteljahresschrift* 14, 1973, S. 257–274.
- Roth, Dieter: *Empirische Wahlforschung. Ursprung, Theorien, Instrumente und Methoden*, Opladen 1998.
- Rückmann, Kurt: *Demoskopie oder Demagogie? Zur Meinungsforschung in der Bundesrepublik*, Frankfurt am Main 1972.
- Rudolph, Karsten: *Die 60er Jahre – das Jahrzehnt der Volksparteien?*, in: Axel Schild/Detlef Siegfried/Karl-Christian Lammer (Hrsg.), *Dynamische Zeiten. Die 60er Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften*, Hamburg 2000, S. 471–491.
- Sahner, Heinz (Hrsg.): *Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen*, Baden-Baden 2002.
- Salomon, Ernst von: *Der Fragebogen*, Hamburg 1951.
- Sänger, Fritz/Liepelt, Klaus: *Das Wahlhandbuch: Sammlung von Texten, Daten, Dokumenten zu Wahlrecht, Wahlkampf, Wahlergebnissen, Wahlkreisen*, Red.: Conrad Schayer, Frankfurt am Main 1965.
- Sarasin, Philipp: *Überlegungen zu einer diskursanalytischen Kulturgeschichte*, in: Wolfgang Hardtwig/Hans-Ulrich Wehler (Hrsg.), *Kulturgeschichte*, Göttingen 1996, S. 131–184.
- Sarasin, Philipp: *Reizbare Maschinen. Eine Geschichte des Körpers 1765–1914*, Frankfurt am Main 2001.

- Sarasin, Philipp: Diskurstheorie und Geschichtswissenschaft, in: Reiner Keller/Andreas Hirseland/Werner Schneider u. a. (Hrsg.), *Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse*, Bd. 1: Theorien und Methoden, Opladen 2001, S. 53–80.
- Sarasin, Philipp: Infizierte Körper, kontaminierte Sprachen. Metaphern als Gegenstand der Wissenschaftsgeschichte, in: Philipp Sarasin (Hrsg.), *Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse*, Frankfurt am Main 2003, S. 9–53.
- Sarcinelli, Ulrich: Parteien und Politikvermittlung: Von der Parteien- zu Mediendemokratie?, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*, Bonn/Opladen/Wiesbaden 1998, S. 273–296.
- Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): *Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*, Bonn 1987.
- Sarcinelli, Ulrich: *Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland*, Opladen 1987.
- Sassin, Horst R.: *Liberalismus und Widerstand. Die Robinsohn-Strassmann-Gruppe 1934–1942*, Hamburg 1993.
- Satter, Heinrich: *Deutschland ohne Feigenblatt*, München 1956.
- Scarow, Susan: Der Rückgang von Parteibindungen aus der Sicht der deutschen Parteien: Chance oder Gefahr?, in: Peter Mair/Wolfgang C. Müller/Fritz Plasser (Hrsg.), *Parteien auf komplexen Wählermärkten. Reaktionsstrategien politischer Parteien in Westeuropa*, Wien 1999, S. 71–102.
- Schäfer, Erich: *Grundlagen der Marktforschung*, o. O. 1928.
- Schaefer, Wolfgang/Miller, Mungo: Schwierigkeiten der Umfrageforschung in den fünfziger Jahren in Deutschland, in: *ZUMA-Nachrichten* (43) 22, 1998, S. 8–36.
- Schanetzky, Tim: Sachverständiger Rat und Konzertierte Aktion: Staat, Gesellschaft und wissenschaftliche Expertise in der bundesrepublikanischen Wirtschaftspolitik, in: *Vierteljahrsschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte* 91, 2004, S. 310–331.
- Schauff, Johannes: *Die deutschen Katholiken und die Zentrumspartei. Eine politisch-statistische Untersuchung der Reichstagswahlen seit 1871*, Köln 1928.
- Schede, Wolf-Erich: *Die Landtagswahl in Niedersachsen 1959*, Diss. Univ. Freiburg i. Br. 1961.
- Scheibe, Moritz: Auf der Suche nach der demokratischen Gesellschaft, in: Ulrich Herbert (Hrsg.), *Wandlungsprozesse in Westdeutschland. Belastung, Integration, Liberalisierung 1945–1980*, Göttingen 2002, S. 58–76.
- Schelsky, Helmut: *Auf der Suche nach Wirklichkeit. Gesammelte Aufsätze*, Köln 1965.
- Schelsky, Helmut: Die Bedeutung des Schichtungsbegriffes für die Analyse der gegenwärtigen deutschen Gesellschaft (1953), in: ders. (Hrsg.), *Auf der Suche nach Wirklichkeit. Gesammelte Aufsätze*, Köln 1965, S. 331–336.
- Schenk, Michael: *Medienwirkungsforschung*, 2. vollst. überarb. Aufl., Tübingen 2002.
- Scheuch, Erwin K./Wildenmann, Rudolf (Hrsg.): *Zur Soziologie der Wahl*, Köln/Opladen 1965.
- Schieder, Wolfgang/Dipper, Christof: Stichwort Propaganda, in: Otto Brunner/Eckart Conze/Reinhart Koselleck (Hrsg.), *Geschichtliche Grundbegriffe: Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*, Stuttgart 1984, S. 69–112.
- Schiffers, Reinhard (Bearb.): *Die CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. Sitzungsprotokolle 1957–1961*, Halbbd. 1: 1957–1959/ Halbbd. 2: 1959–1961, Düsseldorf 2004.
- Schildt, Axel: *Konservatismus in Deutschland. Von den Anfängen im 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart*, München 1998.
- Schildt, Axel: *Zwischen Abendland und Amerika. Studien zur westdeutschen Ideenlandschaft der 50er Jahre*, München 1999.

- Schildt, Axel: Fünf Möglichkeiten, die Geschichte der Bundesrepublik zu erzählen, in: *Blätter für deutsche und internationale Politik* 44, 1999, S. 1234–1244.
- Schildt, Axel: Das Jahrhundert der Massenmedien. Ansichten zu einer zukünftigen Geschichte der Öffentlichkeit, in: *Geschichte und Gesellschaft* 27, 2001, S. 487–509.
- Schildt, Axel/Detlef, Siegfried/Lammers, Karl-Christian (Hrsg.): *Dynamische Zeiten. Die 60er Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften*, Hamburg 2000.
- Schildt, Axel/Sywotek, Arnold (Hrsg.): *Modernisierung im Wiederaufbau. Die westdeutsche Gesellschaft der 50er Jahre*, Bonn 1993.
- Schimank, Uwe: Organisationen: Akteurskonstellationen – korporative Akteure – Sozialsysteme, in: Jutta Allmendinger/Thomas Hinz (Hrsg.), *Organisationssoziologie*, Wiesbaden 2003, S. 29–54.
- Schindelbeck, D.: Hans Domizlaff oder die Ästhetik der Macht. Eines Werbeberaters Geschichte, in: *GeschichtsWerkstatt* (25) 10, 1992, S. 13–30.
- Schindelbeck, Dirk/Ilgel, Volker: »Haste was, biste was!« Werbung für die soziale Marktwirtschaft, Darmstadt 1999.
- Schindler, Friedrich: *Die Publizistik im Leben einer Gruppe von Leunarbeitern insbesondere im Hinblick auf Presse, Rundfunk und Film*, Leipzig 1942.
- Schmelzer, Horst: *Naturwissenschaft und Technik im Urteil der deutschen Presse. Eine soziologische Analyse der gesellschaftlichen Wertvorstellungen über Naturwissenschaft und Technik*, Düsseldorf 1968.
- Schmelzer, Horst: Politisches Bewußtsein und politische Wirklichkeit, in: *Sonde. Neue christlich-demokratische Politik* (4) 2, 1969, S. 36–50.
- Schmid, Josef: *Die CDU. Organisationsstrukturen, Politiken und Funktionsweisen einer Partei im Föderalismus*, Opladen 1990.
- Schmidt, Alfred: *Publizistik im Dorf*, Dresden 1939.
- Schmidt, Helmut/Kühn, Heinz/Leber, Georg: *Die politisch-psychologische Situation 1965. Beiträge zur Analyse der Bundestagswahl 1965 und Ansätze zur zukünftigen Politik der SPD. Dem PV vorgelegt von Heinz Kühn, Georg Leber, Helmut Schmidt*, Bonn 1966.
- Schmidt, Wolfgang: *Kalter Krieg, Koexistenz und kleine Schritte. Willy Brandt und die Deutschlandpolitik 1948–1963*, Wiesbaden 2001.
- Schmidtchen, Gerhard: *Die befragte Nation. Über den Einfluß der Meinungsforschung auf die Politik*, 3. Aufl., Freiburg 1965.
- Schmidtchen, Gerhard: Der häßliche Meinungsforscher, in: *Der Monat. Internationale Zeitschrift für Politik und geistiges Leben* (188) 16, 1965, S. 48–55.
- Schmitt, Hermann: *Die Sozialdemokratische Partei Deutschlands*, in: Alf Mintzel/Heinrich Oberreuter (Hrsg.), *Parteien in der Bundesrepublik Deutschland*, Bonn 1992, S. 133–171.
- Schmitz, Johannes: *DANA, DENA: Nachrichtenagentur in der amerikanisch besetzten Zone Deutschlands 1945–1949*, München 1988.
- Schneider, Dorothea: *Politik und ihr Stellenwert. Aus einer Nachwahluntersuchung über die Bundestagswahlen am 28. 9. 1969*, in: *Die Frau in der offenen Gesellschaft: Materialien zur freiheitlich-sozialen Politik* (4) 1, 1972, S. 11–21.
- Schnell, Rainer: *Nonresponse in Bevölkerungsumfragen. Ausmaß, Entwicklung und Ursachen*, Opladen 1997.
- Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke: *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 6. Aufl., Wien/München 1999.
- Schönbohm, Wulf: *Die CDU wird moderne Volkspartei. Selbstverständnis, Mitglieder, Organisation und Apparat 1950–1980*, Stuttgart 1985.
- Schönhoven, Klaus: *Sozialdemokratie im Wandel. Selbstverständnis und Sozialstruktur der SPD in den sechziger und frühen siebziger Jahren*, in: Arnd Bauerkämper/Martin Sabrow/

- Bernd Stöver (Hrsg.), *Doppelte Zeitgeschichte. Deutsch-deutsche Beziehungen 1945–1990*, Bonn 1998, S. 158–167.
- Schönhoven, Klaus: *Wendejahre. Die Sozialdemokratie in der Zeit der Großen Koalition, 1966–1969*, Bonn 2004.
- Schöttler, Peter: *Wer hat Angst vorm »Linguistic Turn«?*, in: *Geschichte und Gesellschaft* 23, 1997, S. 134–151.
- Scholytseck, Joachim: *Robert Bosch und der liberale Widerstand gegen Hitler 1933 und 1945*, München 1999.
- Schotthöfer, Fritz: *Überdemokratie*, in: *Die Gegenwart* (16/Nr. 89 vom 15. 8. 1949) 4, 1949, S. 15ff.
- Schrage, Dominik: *Psychotechnik und Radiophonie. Subjektkonstruktionen in artifiziellen Wirklichkeiten 1918–1932*, München 2001.
- Schubert, Günter: *Die Anfänge nationalsozialistischer Außenpolitik*, Köln 1963.
- Schütz, Klaus: *Politik und politische Werbung*, in: *Neue Gesellschaft* 4, 1957, S. 54–57.
- Schütz, Klaus: *Logenplatz und Schleudersitz*, Berlin/Frankfurt am Main 1992.
- Schütz, Klaus: *Die Lehren aus Kennedys Kampagne*, in: *Vorgänge* (158) 4, 2002, S. 32–38.
- Schulz, Andreas: *Der Aufstieg der »vierten Gewalt«*. Medien, Politik und Öffentlichkeit im Zeitalter der Massenkommunikation, in: *Historische Zeitschrift* (270), 2000, S. 65–97.
- Schulz, Winfried: *Die Konstruktion der Realität in den Nachrichtenmedien. Analysen der aktuellen Berichterstattung*, München 1976.
- Schwarz, Hans-Peter: *Die Ära Adenauer*, 2 Bde., Stuttgart 1981/1983.
- Schwarz, Johannes/Brosda, Carsten: *»Amerikanisierung«* der Politikvermittlung. Gesellschaftswandel – Medienwandel – Politikwandel, in: *Vorgänge* (154) 40, 2001, S. 70–76.
- Shannon, Claude: *A mathematical theory of communication*, in: *The Bell System Technical Journal* 27, 1948, S. 379–429 und 623–656.
- Siegrist, Hannes/Kaelble, Hartmut/Kocka, Jürgen (Hrsg.): *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*, Frankfurt am Main/New York 1997.
- Siemsen, Anna: *Die Frauenwahlen*, in: *Sozialistische Monatshefte* (67) 34, 1928, S. 573ff.
- Simmel, Georg: *Über soziale Differenzierung. Soziologische und psychologische Untersuchungen*, Leipzig 1890.
- Simon, Werner: *Demoskopie und politische Kommunikation im Wahlkampf. Zur Instrumentalisierung von Umfragen in den Bundestagswahlkämpfen 1979/80 und 1982/83*, Koblenz 1983.
- Simpson, Christopher: *Elisabeth Noelle-Neumann's »Spiral of Silence« and the Historical Context of Communication Theory*, in: *Journal of Communication* (3) 46, 1996, S. 149–173.
- Smith, Robert B.: *A Legacy of Lazarsfeld: Cumulative Social Research on Voting*, in: *International Journal of Public Opinion Research* 13, 2001, S. 280–298.
- Sneeringer, Julia: *Winning Women's Votes. Propaganda and Politics in Weimar Germany*, Chapel Hill/London 2002.
- Sörgel, Werner: *Die Landtagswahlen 1970–1972. Die Situation nach der Landtagswahl in Baden-Württemberg*, in: *Neue Gesellschaft* 19, 1972, S. 402–406.
- Sontheimer, Kurt: *Meinungsforschung und Politik. Eine kritische Auseinandersetzung mit den Ansprüchen der Demoskopie*, in: *Der Monat. Eine Internationale Zeitschrift* (187) 16, 1964, S. 41–46.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): *Protokoll der Verhandlungen des Parteitages der SPD vom 24. bis 28. September 1952 in Dortmund*, Bonn 1952.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): *Protokoll der Verhandlungen des Parteitages der SPD vom 20. bis 24. Juli 1954 in Berlin*, Bonn 1954.

- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): Protokoll der Verhandlungen des Parteitages der SPD vom 10. bis 14. Juli 1956 in München, Bonn 1956.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): Dokumentation deutsche Gemeinschaftsaufgaben, 5 Bde., Hannover 1962/63.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): Jahrbuch der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands 1970–1972, Bonn 1972.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): Jahrbuch der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands 1975–1977, Bonn 1977.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): Godesberger Parteirat '77 am 27. und 28. Januar 1977 in Bad Godesberg, Bonn 1977.
- SPD-Parteivorstand, Abteilung Öffentlichkeitsarbeit: Bundestagswahlkampf '76. Ein Bericht der sozialdemokratischen Partei Deutschlands, Bonn 1977.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): Jahrbuch der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands 1978–1979, Bonn 1979.
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.): Planungsdaten für die Mehrheitsfähigkeit der SPD. Ein Forschungsbericht des Vorstandes der SPD, Bonn 1984.
- Spicka, Mark E.: Gender, Political Discourse, and the CDU/CSU Vision of the Economic Miracle, 1949–1957, in: *German Studies Review* 25, 2002, S. 305–332.
- Stackelberg, Karl Georg von: Legion Condor. Deutsche Freiwillige in Spanien, Berlin 1939.
- Stackelberg, Karl Georg von: Ich war dabei, ich sah, ich schrieb, Berlin 1940.
- Stackelberg, Karl Georg von: Ich will zurück nach Deutschland. Die Geschichte eines Deutschen, der während des Krieges auf abenteuerlichen Wegen aus Britisch-Indien zurück in die Heimat findet, Graz 1941.
- Stackelberg, Karl Georg von: Jagdfliegergruppe G. Jäger an Polens Himmel, 5., unveränd. Aufl., Graz 1941.
- Stackelberg, Karl-Georg von: Attentat auf Deutschlands Talisman: Ludwig Erhards Sturz – Hintergründe, Konsequenzen, Stuttgart u. a. 1967.
- Stackelberg, Karl-Georg Graf: Souffleur auf politischer Bühne. Von der Macht der Meinungen und den Meinungen der Mächtigen, München 1975.
- Staley, David John: In whose Image? Knowledge, Social Science and Democracy. Occupied Germany, 1944–1955, Ohio 1993.
- Steinert, Marlis G.: Hitlers Krieg und die Deutschen. Stimmung und Haltung der deutschen Bevölkerung im Zweiten Weltkrieg, Düsseldorf/Wien 1970.
- Steinmetz, Willibald: Das Sagbare und das Machbare. Zum Wandel politischer Handlungsspielräume, England 1780–1867, Stuttgart 1993.
- Steinmetz, Willibald: »Sprechen ist eine Tat bei euch.« Die Wörter und das Handeln in der Revolution von 1848, in: Dieter Dowe/Heinz-Gerhard Haupt/Dieter Langewiesche (Hrsg.), *Europa 1848. Revolution und Reform*, Bonn 1998, S. 1089–1138.
- Stichweh, Rudolf: Die Entstehung einer Weltöffentlichkeit, in: Hartmut Kaelble/Martin Kirsch/Alexander Schmidt-Gernig (Hrsg.), *Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert*, Frankfurt am Main/New York 2002, S. 57–66.
- Strasser, Johanno: Anmerkungen zum Verhältnis SPD – Bürgerinitiativen, in: *Neue Gesellschaft* 24, 1978, S. 16.
- Süß, Winfried: »Rationale Politik« durch sozialwissenschaftliche Beratung? Die Projektgruppe Regierungs- und Verwaltungsreform 1969–1975, in: Stefan Fisch/Wilfried Rudloff (Hrsg.), *Experten und Politik: wissenschaftliche Politikberatung in geschichtlicher Perspektive*, Berlin 2004, S. 329–348.
- Szöllösi-Janze, Margit: Wissensgesellschaft in Deutschland: Überlegungen zur Neubestimmung der deutschen Zeitgeschichte über Verwissenschaftlichungsprozesse, in: *Geschichte und Gesellschaft* 30, 2004, S. 189–218.

- Taylor, Andrew: »The Record of the 1950s is irrelevant«: The Conservative Party, Electoral Strategy and Opinion Research, 1945–64, in: *Contemporary British History* 17, 2003, S. 81–110.
- Teer, Frank/Spence, James D.: *Political Opinion Polls*, London 1973.
- Tenscher, Jens: Politikvermittlungsexperten. Die Schaltzentralen politischer Kommunikation, in: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen* (3) 13, 2000, S. 7–16.
- Tooze, J. Adam: *Statistics and the German State, 1900–1945. The making of modern economic knowledge*, Cambridge 2001.
- Traugott, Edgar: *Die Herrschaft der Meinung. Über die Wechselwirkung von demoskopischen Daten und politischen Entscheidungsprozessen*, Düsseldorf 1970.
- Unkelbach, Helmut: *Grundlagen der Wahlsystematik. Stabilitätsbedingungen der parlamentarischen Demokratie. Mit einer Einf. von F. A. Hermens*, Göttingen 1956.
- Veen, Hans-Joachim/Noelle-Neumann, Elisabeth (Hrsg.): *Wählerverhalten im Wandel. Bestimmungsründe und politisch-kulturelle Trends am Beispiel der Bundestagswahl 1987*, Paderborn u. a. 1991.
- Vester, Michael: *Der Wandel der Sozialstruktur und die Entstehung neuer gesellschaftlich-politischer Milieus in der Bundesrepublik Deutschland*, 2., red. bearb. Aufl., Hannover 1989.
- Vester, Michael: *Neue soziale Milieus und pluralisierte Klassengesellschaft: Endbericht des Forschungsprojektes »Der Wandel der Sozialstruktur und die Entstehung neuer gesellschaftlich-politischer Milieus«*, Hannover 1992.
- Vester, Michael: *Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel: zwischen Integration und Ausgrenzung*, Köln 1993.
- Vogt, Gerhard: Über den Umgang mit Wahlprognosen. Demoskopie zwischen wissenschaftlicher Methode und Scharlatanerie, in: *Die Neue Gesellschaft* 16, 1969, S. 416 ff.
- Vorriink, Cathrin/Walther, Antje: Willy Brandt: Visionen, in: Karl-Rudolf Korte (Hrsg.), »Das Wort hat der Herr Bundeskanzler«. Eine Analyse der Großen Regierungserklärungen von Adenauer bis Schröder, Wiesbaden 2002, S. 171–192.
- Vox populi vox Dei?, in: *Herder-Korrespondenz* 11, 1956/1957, S. 303–305.
- Wagner, Peter: *Sozialwissenschaften und Staat. Frankreich, Italien und Deutschland 1870–1980*, Frankfurt am Main 1990.
- Walker, H. O.: *Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Eine Untersuchung zu Fragen der Organisation, Koordination und Kontrolle der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung*, Frankfurt am Main 1982.
- Walter, Franz: *Milieus und Parteien in der deutschen Gesellschaft. Zwischen Persistenz und Erosion*, in: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* 46, 1995, S. 479–493.
- Weber, Petra (Bearb.): *Die SPD-Fraktion im Deutschen Bundestag. Sitzungsprotokolle 1949–1957*, Halbbd. 1: 1.–187. Sitzung, 1949–1953/ Halbbd. 2: 182.–328. Sitzung, 1953–1957, Düsseldorf 1993.
- Weber, Max: *Die Verhältnisse der Landarbeiter im ostelbischen Deutschland: (preußische Provinzen Ost- und Westpreußen, Pommern, Posen, Schlesien, Brandenburg, Großherzogtümer Mecklenburg, Kreis Herzogtum Lauenburg)*, dargest. auf Grund d. vom Verein für Socialpolitik veranstalteten Erhebungen von Max Weber, Leipzig 1892 (ND: 1989).
- Weingart, Peter: *Die Stunde der Wahrheit? Zum Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*, Weilerswist 2001.
- Weisbrod, Bernd: *Medien als symbolische Form der Massengesellschaft. Die medialen Bedingungen von Öffentlichkeit im 20. Jahrhundert*, in: *Historische Anthropologie* 9, 2001, S. 270–283.
- Weisbrod, Bernd (Hrsg.): *Die Politik der Öffentlichkeit – Die Öffentlichkeit der Politik. Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik*, Göttingen 2003.

- Weischer, Christoph: Das Unternehmen ›Empirische Sozialforschung‹. Strukturen, Praktiken und Leitbilder der Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland, München 2004.
- Weisker, J./Loechner, Heinz (Hrsg.): Praktikum der Meinungsforschung. Ein Handbuch für Interviewer, Frankfurt am Main o.D. [1950].
- Weiss, Matthias: Journalisten: Worte als Taten, in: Norbert Frei (Hrsg.), Karrieren im Zwielicht. Hitlers Eliten nach 1945, Frankfurt am Main 2002, S. 241–302.
- Weiss, Matthias: Öffentlichkeit als Therapie. Die Medien- und Informationspolitik der Regierung Adenauer zwischen Propaganda und kritischer Aufklärung, in: Frank Bösch/Norbert Frei (Hrsg.), Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert, Göttingen 2006 (im Erscheinen).
- Weisz, Christoph (Hrsg.): Das OMGUS-Handbuch. Die amerikanische Militärregierung in Deutschland, München 1994.
- Welskopp, Thomas: Die Dualität von Struktur und Handeln. Anthony Giddens' Strukturierungstheorie als »praxeologischer« Ansatz in der Geschichtswissenschaft, in: Andreas Suter/Manfred Hettling (Hrsg.), Struktur und Ereignis, Göttingen 2001, S. 99–119.
- Wengeler, Martin: »1968« als sprachgeschichtliche Zäsur, in: Georg Stötzel/Martin Wengeler u. a. (Hrsg.), Kontroverse Begriffe. Geschichte des öffentlichen Sprachgebrauchs in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin/New York 1995, S. 383–404.
- Wengeler, Martin: »Unerträglich, aber notwendig?« Öffentliche Sprachsensibilität als Indikator kulturellen Wandels in der Bundesrepublik Deutschland, in: Jahrbuch für Historische Friedensforschung, 2000, S. 280–293.
- Werner, Michael/Zimmermann, Bénédicte: Der Ansatz der *Histoire croisée* und die Herausforderung des Transnationalen, in: Geschichte und Gesellschaft 28, 2002, S. 607–636.
- Westle, Bettina/Schoen, Harald: Ein neues Argument in einer alten Diskussion: ›Politikverdrossenheit‹ als Ursache des gender gap im politischen Interesse?, in: Frank Brettschneider/Jan van Deth/Edeltraud Roller (Hrsg.), Das Ende der politisierten Sozialstruktur?, Opladen 2002, S. 215–244.
- Westphal, Uwe: Werbung im Dritten Reich, Berlin 1989.
- Wette, Wolfram u. a. (Hrsg.): Das letzte halbe Jahr. Stimmungsberichte der Wehrmachtpropaganda 1944/1945, Essen 2001.
- Wewer, Göttrik: Sozialdemokratische Wirtschaftsbetriebe. Eine politikwissenschaftliche Untersuchung von partei-eigenen Unternehmen, Opladen 1987.
- Weyer, Johannes: Westdeutsche Soziologie 1945–1960. Deutsche Kontinuitäten und nordamerikanischer Einfluß, Berlin 1984.
- Wiener, Norbert: *The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*, New York 1954.
- Wiesendahl, Elmar: Etablierte Parteien im Abseits? Das Volksparteiensystem der Bundesrepublik vor den Herausforderungen der neuen sozialen Bewegungen, in: Ulrike Wasmuth (Hrsg.), Alternativen zur alten Politik? Darmstadt 1989, S. 82–108.
- Wiggershaus, Rolf: *Die Frankfurter Schule. Geschichte – Theoretische Entwicklung – Politische Bedeutung*, 2. Aufl., München 1989.
- Wildenmann, Rudolf: *Volksparteien. Ratlose Riesen?*, Baden-Baden 1989.
- Wildt, Michael: Am Beginn der »Konsumgesellschaft«. Mangelersahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, Hamburg 1994.
- Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*, Köln/Weimar/Wien 1999.
- Wilke, Jürgen: Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte. Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert, Köln u. a. 2000.
- Wilke, Jürgen: Entwicklungsstufen und Determinanten der Kommunikationsgeschichte, in: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* 53, 2002, S. 410–423.

- Wilke, Jürgen/Reinemann, Carsten: Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung, 1949–1998, Köln 2000.
- Williams, Frederick W.: Foreword, in: Anna J. Merritt/Richard L. Merritt (Hrsg.), *Public Opinion in Occupied Germany. The OMGUS-Surveys 1945–1949*, Urbana/Chicago/London 1970, S. VII–XXI.
- Winkler, Heinrich August: *Der Weg in die Katastrophe. Arbeiter und Arbeiterbewegung in der Weimarer Republik 1930 bis 1933*, Bonn 1990.
- Winkler, Heinrich August: *Der lange Weg nach Westen. Bd. 2: Deutsche Geschichte vom »Deutschen Reich« bis zur Wiedervereinigung*, München 2000.
- Winter, Rainer: *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*, Berlin 1995.
- Wirl, Manfred: *Die öffentliche Meinung unter dem NS-Regime. Eine Untersuchung zum sozialpsychologischen Konzept öffentlicher Meinung auf der Grundlage der geheimen Lageberichte des SD über die Stimmung und Haltung der Bevölkerung im Zweiten Weltkrieg*, Mainz 1990.
- Worcester, Robert M. (Hrsg.): *Political opinion polling. An international review*, London 1983.
- Zapf, Katrin/Heil, Karolus/Rudolph, Justus: *Stadt am Stadtrand: eine vergleichende Untersuchung in vier Münchner Neubausiedlungen*, Frankfurt am Main 1969.
- ZDF/Institut für Demoskopie Allensbach (Hrsg.): *Wählermeinung – nicht geheim*, Allensbach 1969.
- Zerbe, Evelyn E.: *Öffentlichkeitsarbeit in der Adenauer-Ära. Die Tätigkeit des Staatssekretärs Otto Lenz 1951–1953*, Magisterarbeit, Gießen 2000.
- Zetterberg, Hans L.: *Angewandte Sozialforschung in der Praxis*, in: *Soziale Welt* 13, 1962, S. 260–266.
- Ziemann, Benjamin: *Medien und Partizipation in der katholischen Kirche der Bundesrepublik, 1965–1972*, in: Frank Bösch/Norbert Frei (Hrsg.), *Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert*, Göttingen 2006.
- Ziemann, Benjamin: *Katholische Kirche und Sozialwissenschaften 1945–1975*, Göttingen 2007 (im Erscheinen).
- Zohlhörer, W.: *Parteiidentifizierung in der Bundesrepublik und den Vereinigten Staaten*, in: ders./Rudolf Wildenmann (Hrsg.), *Zur Soziologie der Wahl*, Köln/Opladen 1965, S. 126–168.
- Zoll, Ralf/ Henning, Eike: *Massenmedien und Meinungsbildung. Angebot, Reichweite, Nutzung und Inhalt der Medien in der Bundesrepublik Deutschland*, 1970.
- Zülch, Rüdiger: *Von der FDP zur F.D.P. – die dritte Kraft im deutschen Parteiensystem*, Bonn 1973.

Register

I. Personenregister

Erwähnungen in Fußnoten werden kursiv bezeichnet. Personen, die in Fußnoten lediglich erwähnt werden, wurden nicht aufgenommen.

- Abendroth, Wolfgang 221
Adenauer, Konrad 61–67, 71f., 73, 74, 80f., 83, 84, 86, 88, 91, 93f., 101, 104f., 107, 110, 112, 115, 121, 174, 194, 196, 225, 282, 325, 328, 378, 382, 394, 398, 405f., 407f., 426, 440, 445f.
Adenauer, Max 64
Adorno, Theodor 49, 50f.
Ahlers, Conrad 255, 260, 262, 486
Allerd, Herbert 208f., 237
Allport, Floyd 35, 36
Anders, Karl 182, 215, 216f., 218, 219, 234f., 365, 461
Bachem, Hans 114, 116, 121, 127, 335, 370, 380, 399
Bahrdt, Hans Paul 227, 249
Barzel, Rainer 141, 151ff.
Bauer, Leo 248, 251, 276, 279, 282, 283f., 287f., 342, 383f., 414, 467
Baumert, Gerhard 42, 193, 452, 456
Becker, Horst 268, 276, 294, 303, 305, 308, 309, 424
Biedenkopf, Kurt 143, 144, 155–158, 163
Blücher, Viggo Graf 109, 114, 397, 456
Börner, Holger 267, 273, 274, 275, 276, 281, 293, 294, 295f., 297f., 301, 302, 303f., 305, 357, 359, 372, 422
Böx, Heinrich 65
Borstell, Henning von 273, 274ff., 278f., 292ff., 296f., 300f., 304, 305f., 411
Bracher, Karl Dietrich 227f.
Brandt, Peter 288
Brandt, Rut 288
Brandt, Willy 109, 121, 123, 198, 213, 216f., 224f., 228, 232, 234–237, 238, 241, 243, 245, 247, 248f., 251f., 254, 267f., 273, 274f., 276, 279, 281f., 286, 287f., 292, 296ff., 300, 302, 304, 306f., 309, 350, 359, 366, 368f., 382f., 384, 388, 393, 408, 410, 424, 430, 434f., 461, 473, 479, 490
Braune, Heinrich 184, 224
Brüning, Heinrich 447
Brüssau, Werner 141
Carstens, Carl 156
Crespi, Leo 48, 52f.
D'Ester, Karl 47
Diehl, Günter 79, 260, 262
Dogan, Mattei 227
Dohnanyi, Klaus von 234ff., 246, 251, 256, 283, 464, 470
Dovifat, Emil 45
Dufhues, Hermann Joseph 112, 118, 119ff., 426, 471f.
Edfeldt, Ake 228, 233
Ehmke, Horst 225, 236, 249
Eichler, Willi 175, 224, 328
Eldersveld, Samuel 228
Elschner, Gerhard 106f., 109, 110, 112f., 114ff., 116ff., 123, 124, 127, 128, 130, 131, 132–136, 137, 138ff., 142, 143, 147f., 151f., 154, 164, 357
Erhard, Ludwig 31, 61f., 72, 77, 80, 85, 89, 106, 114, 199, 121, 122f., 237, 241, 247, 248, 258, 346, 378, 380, 397, 400, 406, 410, 466, 469
Erl, Fritz 173, 174, 183, 196, 214, 219, 224, 229, 233, 234, 241
Ernst, Lena-Renate 47
Ernst, Wolfgang 47, 49, 235, 248, 251, 267, 279, 282, 283, 287, 297
Falke, Wolfgang 148, 158
Flatau, Alfred 179–182, 183, 191f.
Fraenkel, Ernst 404, 464
Franz, Günther 98
Free, Lloyd A. 192
Friedeburg, Ludwig von 50, 457, 463f.
Friedrich, Bruno 249

- Fröhner, Rolf 456
- Garbe, Karl 215, 220, 233, 238, 239, 248, 273, 290, 365, 418, 461
- Genscher, Hans-Dietrich 482
- George Gallup 33, 34, 36 f., 44, 100, 438, 447, 448
- Glaesser, Wolfgang 69, 70, 73, 77, 79 f., 253, 255, 256, 262 f., 264, 265, 450, 469
- Gleitze, Bruno 52, 53, 172, 173, 175, 177 f., 183 ff., 185 f., 187, 192, 194, 195, 196, 197, 201, 203, 304, 330, 331, 337, 346, 347, 364
- Globke, Hans 78, 80, 84, 104, 120
- Glötz, Peter 224, 286, 306
- Göb, Rüdiger 141
- Güllner, Manfred 19, 305, 309, 424
- Gurland, Arcadius L. 175, 177, 221
- Hartenstein, Wolfgang 189 f., 192 f., 201–209, 212, 214, 217 f., 228, 230, 264, 290, 345, 363
- Haseloff, Otto Walter 108, 114
- Haslmayr, Luise 46 f.
- Hassel, Kai Uwe von 106, 111, 126, 136
- Heck, Bruno 88, 91, 95 ff., 98, 99–104, 105, 106, 114 ff., 119, 128, 131 ff., 135–139, 143, 144 f., 153, 156, 158, 341, 370, 380, 384, 397, 398, 400–402, 405, 410
- Heine, Fritz 171, 172–175, 176 f., 178, 179, 184–187, 188–191, 192 f., 194, 196 f., 199, 200–203, 221 ff., 232 f., 246, 304, 345, 348, 350, 365
- Hennis, Wilhelm 20, 49, 199 f., 456, 458, 464 f., 514
- Hermens, Ferdinand A. 55
- Herzfeld, Hans 189, 228
- Hillebrecht, Rudolf 227 f.
- Hohmann, Karl 114, 380
- Horkheimer, Max 50
- Hurwitz, Harold 218, 232, 236 f.
- Jaide, Walter 147
- Janowitz, Morris 222, 225
- Jochimsen, Reimut 228, 276
- Kaase, Max 54, 115, 154, 334, 385
- Kaiser, Karl-Christian 189 f., 331, 333, 336, 338, 345, 347
- Kalfeleiter, Werner 142 ff., 145 f., 148, 152 ff., 156, 158, 161 f., 274, 336, 370, 484, 490 f.
- Katona, George 53
- Kevenhörster, Paul 129, 130, 133 ff., 136, 137, 138, 409
- Kiesinger, Kurt Georg 88, 105, 122, 137 f., 261, 399 f., 410 f., 479, 480
- Kissinger, Henry 128
- Klein, Heinrich 255, 471
- Knoeringen, Waldemar von 199, 202 ff., 207, 208, 213 f., 221, 222, 224, 238 f., 350, 408, 458
- Koch, Manfred 255, 261 f., 264 f.
- König, René 51, 55, 133, 222, 439
- Kohl, Helmut 127, 136, 155, 158, 160 f., 163, 165, 482, 491
- Kraske, Konrad 95, 98, 99–102, 103, 106 f., 108, 110 f., 114, 118, 121, 122, 123, 125 f., 128, 131, 132, 133, 136 f., 139, 141, 149, 150–154, 215, 336, 357, 370, 397, 404, 426
- Krone, Heinrich 91, 93 f., 101, 106, 325
- Krueger, Werner 66, 67, 71, 73, 108
- Kukil, Max 177, 178 ff., 194, 363
- Lazarsfeld, Paul F. 34, 35
- Lenz, Friedrich 45, 52 f., 171 f., 445
- Lenz, Margarete 45, 64 f.
- Lenz, Otto 72, 74, 80, 80–85, 91 f., 93, 95, 99, 102, 104, 105, 260, 327, 346, 406, 443, 449
- Liepelt, Klaus 189 f., 193, 201–209, 210, 214, 217, 220, 225, 228 f., 230, 232, 233 f., 237 f., 238 ff., 241–244, 248 f., 250, 285, 291, 292, 293, 294, 296 ff., 299, 331, 333, 336, 338, 345, 347, 353, 363, 366, 377 f., 395, 407, 485, 488 f.
- Lipset, Seymour Martin 192, 228, 354 f.
- Löwenthal, Gerhard 133, 264, 480 ff., 485 f., 488
- Lohmar, Ulrich 228, 241, 246, 249
- Lubbers, Heinz 66
- Ludz, Peter Christian 276, 281, 414
- Lübke, Heinrich 473
- Marvick, Dwaine 228, 424
- Messelken, Hans 158
- Metzger, Wolfgang 108
- Meyers, Franz 91, 93, 95, 99, 102, 105
- Mitscherlich, Alexander 227 f., 355
- Molt, Peter III, II, 113, 118
- Müller, Albrecht 273, 275, 277, 281, 289, 299 ff., 304, 357, 402, 491 f.
- Müller, Werner 273, 291, 292

- Nau, Alfred 202, 203, 204 ff., 207, 208, 213, 214 f., 219, 224, 228, 230, 231 f., 233, 234 f., 233–242, 244, 250, 251, 280, 281, 282, 285, 293, 300
- Neumann, Erich Peter 45 f., 62 ff., 68, 69, 71, 73, 78, 80, 81–86, 94, 95, 99, 102 f., 327 f., 406, 443, 447 f., 453, 458
- Nixon, Richard 159
- Noelle-Neumann, Elisabeth 19, 34, 39, 45 f., 47, 49, 50 f., 81, 154, 159 f., 163 ff., 200, 224, 261, 274 f., 288, 289, 298, 339, 340 f., 388 f., 423, 428, 443, 453, 456, 458 f., 463, 468–473, 476, 481, 485, 488, 489, 490, 491, 492, 496, 497
- Nowak, Horst 303, 307, 308
- Oberländer, Theodor 85
- Oberndörfer, Dieter 143, 162, 163, 374, 491, 496
- Ohde, Hans-Jürgen 77, 114, 133 f., 136, 137, 488
- Ollenhauer, Erich 107, 172, 173, 175, 179, 184, 185, 187, 194, 196, 204, 214 f., 222, 230, 232, 235, 238, 239, 240, 241 f., 246, 365, 366, 407, 450
- Pfeil, Elisabeth 51
- Plessner, Helmut 51
- Rabeneick, Wolfgang 158
- Radunski, Peter 137, 153, 158
- Riegger, Volker 273, 274 f., 276, 277 ff., 293, 295, 296, 305, 359
- Ritterbach, Manfred E. 135, 137, 409
- Robinson, Hans 188, 218, 248
- Rokkan, Stein 192, 228
- Sänger, Fritz 184, 208, 218, 219, 224, 233, 235 f., 239, 241
- Schauff, Johannes 91, 325
- Scheel, Walter 53
- Scheele, Walter 112, 114, 117, 148, 255
- Schelsky, Helmut 51, 108 f., 378
- Scheuch, Erwin K. 111, 147, 154, 222, 468, 471, 488
- Schiller, Karl 241, 273, 285, 341, 410 f.
- Schmelzer, Horst 133 f., 136
- Schmidt, Helmut 161, 164, 249, 275, 281, 303, 304, 307, 411, 485, 490 f.
- Schmidtchen, Gerhard 147, 314, 390, 456 f., 458, 462, 463 f., 471
- Schoettle, Erwin 75, 174, 177, 285
- Schubert, Günter 189 f., 193, 201–209, 218, 225, 228, 230, 232, 236, 244, 331, 333, 336, 338, 345, 347, 363
- Schütz, Klaus 222, 223, 225, 337, 461
- Schumacher, Kurt 168, 172, 388
- Sethe, Paul 452, 456, 458, 464
- Sörgel, Werner 268, 296, 299, 300 f., 307, 309
- Sontheimer, Kurt 463, 464
- Stackelberg, Karl Georg von 27, 44–50, 52 f., 64 ff., 70 f., 80, 87, 96 f., 98 ff., 102, 103, 104, 112, 114, 126, 197, 445, 458, 469, 470
- Stammer, Otto 221 f.
- Steltzer, Werner 218, 235, 248
- Stone, Shepard 84, 201, 229
- Strauß, Franz Josef 124, 163, 302, 410
- Tacke, Werner 164, 244, 496
- Tennstädt, Friedrich 154
- Unholzer, Gerhard 279, 288, 294, 299, 342, 423
- Veen, Hans-Joachim 165
- Weber, Helene 106
- Wehner, Herbert 175, 179, 198, 199, 201–205, 207, 208, 209, 210, 212, 213 f., 220, 221 f., 223, 228, 232, 233, 237, 238, 239 ff., 242 f., 250, 281, 290, 299, 347, 366
- Wildenmann, Rudolf 55, 79, 111, 114, 123, 125 f., 136 f., 144, 147, 222, 228, 254, 258 f., 397, 462 f., 468, 470, 471, 473, 476, 478, 488, 496
- Wischniewski, Jürgen 273, 283, 285, 287, 291, 294, 307, 357, 368, 378, 420, 478, 479, 482
- Wörner, Manfred 128, 131, 136, 139

2. Sachregister

Ausführungen in Fußnoten werden kursiv verzeichnet.

- ADK 74, 81f., 253
 ADM 49, 133, 476, 484, 488
 Ämter für Statistik (Bund, Land) 92, 97, 176f., 190, 211
 Agenda Setting 422, 503
 Alliierte 24f., 27, 31, 36–43, 44f., 48ff., 54f., 56f., 63ff., 73, 439ff., 446f.
 Amerika/USA 18, 32–38, 42f., 44f., 48ff., 54f., 63, 66, 71, 73, 100f., 103, 124, 128, 142f., 174, 189, 192, 222, 225f., 228f., 236, 275, 277, 334, 348, 406, 417f., 430, 438–441, 447f., 463, 498
 Amerikanisierung 21, 54f., 226, 244, 277, 430, 461
 Antisemitismus 42, 62ff., 73, 196, 327, 447
 ARD 229, 232, 291f., 299, 468, 483f., 496, 498, 501
 ARE 232f., 255, 276f., 290f., 294, 301
 ASI 49, 499
- Basis Research 165
 Blitzumfrage 54, 162, 219, 231, 301, 310, 483f., 490, 496
 Bundesministerien 68, 69f., 74, 76f., 79, 85, 262, 475f., 501
 Bundespräsident 339f., 449, 473
 Bundestag 73, 79, 174, 309, 450
 Bundestagsfraktionen (allg.) 29, 253, 268
 Bundestagswahlen
 – 1949 89, 441f., 66
 – 1953 71f., 90f., 95, 173f., 344f., 447
 – 1957 71, 84, 94, 101ff., 184f., 189–197, 344f., 389f., 453
 – 1961 106–110, 112f., 210–220, 234f., 407f., 460f., 463ff.
 – 1965 86, 123f., 233f., 237–248, 396, 408, 466
 – 1969 132–138, 233, 273, 279f., 282–289, 290f., 339f., 354–357, 367f., 399f., 410f., 412f., 476–482
 – 1972 146–153, 289, 291, 293, 300ff., 421, 489
 – 1976 159–162, 270, 289f., 293, 303f., 388f., 390, 490
 – 1980 163f., 304, 306f.
 – 1983 164f., 304, 306, 308
 – 1987 165f., 308f., 405
- 1990 166
- CDU
 – Abteilung Öffentlichkeitsarbeit (u.ä.) 112f., 114, 116f., 123, 125f., 127, 135, 139, 141f., 158
 – Bundesgeschäftsstelle 78, 83, 90f., 95f., 96–105, 106ff., 109–113, 116f., 123, 125f., 127, 132, 141f., 147ff., 155f., 158, 160, 165ff., 425f., 438
 – Bundestagsfraktion 93f., 115f., 119, 154, 156, 158, 263, 370, 401
 – Bundesvorstand 27, 91–95, 101, 104ff., 110f., 118f., 121, 125, 130ff., 143, 150–154, 163
 – Führungsgremien 131, 149, 157f.
 – Landesgeschäftsführerkonferenzen 99f., 148f.
 – Landesverbände 87ff., 94ff., 98ff., 103f., 119, 122f., 131, 136, 149, 426
 – Landtagsfraktion 122, 486
 – Mitglieder 13, 21, 119ff., 154ff., 159f., 162f., 393f., 398, 425–428, 429f., 431f.
 Contest-Census 164
 CSU 132, 135, 148, 160, 163f., 434, 497f.
- DDR 24, 38, 276, 309, 484, 487, 502
 DGS 48, 49, 51, 467f., 471
 Die Grünen 306f., 333, 372f., 385, 500
 Die Waage 43f., 83, 362, 501
 DISMA 41, 439
 DIVO 28, 42, 53, 55, 79, 133, 137, 164, 180, 186f., 189, 191–195, 196, 197, 202, 222, 225, 230f., 236, 446f., 449, 451, 456, 468f., 475, 478
 DIW 52, 53, 172
 Doppeltes Meinungsklima 288f., 340f., 390
- Elefantenrunde 302
 EMNID
 – Finanzierung 66f., 69f., 77f., 98f., 101f., 112, 126, 175, 244, 253f., 265f., 446, 469
 – Institutsgeschichte 40, 44f., 47f., 50, 52f., 64–68, 438, 440, 476
 – Konkurrenz zum IfD 47f., 67f., 70f., 102f., 108, 441f., 443, 448, 469

- Mediale Präsenz 45, 115, 440f., 448, 450f., 468ff., 491, 496, 502
- Parteipolitischer Einsatz 93, 115, 125, 171–175, 183, 450, 467, 472, 489
- Sonstiges 27f., 50, 52f., 114, 191f., 267, 328, 456, 458, 475f.
- Umfragen 66–68, 69ff., 77f., 85f., 96f., 99, 101, 103, 107–110, 112, 120, 122f., 158, 175, 183, 185f., 195ff., 441f., 444, 446, 468
- Wahlkampf 96ff., 101ff., 107ff., 122f., 164f., 195ff.
- Empirische Sozialforschung 14, 24, 32f., 38f., 45, 48–57, 128ff., 161f., 170, 201ff., 225f.
- Erfolgskontrolle 150, 261f., 264, 273, 312f.
- Europäisierung 277

- FDP 53, 79, 102
- FDP-Wähler 257, 265, 300, 303, 385, 447, 462, 472, 482, 498
- FGW 28, 154, 164f., 294, 351, 483, 488, 494f.
- Forsa 309f., 496, 502
- Forschungsstelle für Volkpsychologie 39f., 440ff.
- Frankreich 18, 33, 37, 39ff., 45, 245, 444
- Friedrich-Ebert-Stiftung 121, 204, 296, 300, 302, 305

- Gallup (Institut) 33, 137, 173, 253, 438
- Gegnerbeobachtung 37f., 82, 97f., 100f., 122, 135, 218, 258f., 278, 285, 288, 389, 395f., 406, 434, 448f., 466
- Gesellschaft für Marktforschung 53
- Gewerkschaften 53, 169, 171, 178, 211, 214, 245, 300f., 351, 419, 471
- Großbritannien 18, 33, 36–41, 44, 66, 73, 118, 124, 200f., 222f., 299, 346, 439f., 487, 498
- Große Koalition 79, 82, 130f., 133ff., 137, 252ff., 257–263, 284

- Hochrechnung 229, 468f., 489, 498
- Hörerforschung Ernst 47, 234

- IfD Allensbach
- Finanzierung 43f., 64, 67ff., 77f., 83f., 159, 165, 253f., 265, 271
- Institutsgeschichte 39, 45, 47f., 50f., 53, 62ff., 171, 298
- Konkurrenz zu EMNID siehe EMNID, Konkurrenz zum IfD
- Mediale Präsenz 45, 85, 115, 440–449, 450ff., 456ff., 462, 463, 467–470, 480–485, 489, 490, 494, 496
- Parteipolitischer Einsatz 75, 93, 115, 125, 158ff., 174, 274f., 390f., 450, 478, 493
- Sonstiges 28, 51, 66f., 69f., 74, 80f., 84f., 91f., 95, 99, 161, 261f., 267, 326, 328, 427f., 439, 475f., 493
- Umfragen 61f., 64, 81, 83ff., 91f., 99, 103, 160f., 163, 265f., 342, 362, 369, 376, 382, 388f., 391, 405, 443f., 468, 479
- Wahlkampf 102, 153, 159f., 163ff., 371, 388f.
- IfM/Getas 77, 122f., 133–136, 146ff., 154f., 162, 488
- Infas
- Beziehung zur/ Zusammenarbeit mit SPD 213f., 223, 238–241, 246–251, 274, 285, 290f., 293ff., 296ff.
- Finanzierung 208f., 302, 211ff., 241ff., 244f., 254f., 265f., 271, 376
- Institutsgeschichte 204, 208f., 225, 236f., 255f., 298f.
- Konkurrenz zu Infratest 234ff., 267f., 280f., 283f., 290–299, 401, 473
- Mediale Präsenz 229, 230f., 233f., 285, 291f., 297, 467, 468f., 475, 483, 489, 491, 496, 498, 501
- Sonstiges 28, 220, 222f., 225f., 227–231, 267, 395f., 417f., 475f.
- Umfragen 212, 216f., 218f., 220, 225, 239, 244f., 254f., 265f., 268, 270f., 291ff., 295f., 297, 300, 305f., 331f., 338f., 343, 344f., 346ff., 365, 369, 378f., 384, 388, 391, 394f., 408, 419f., 424, 434f., 463
- Wahlkampf 210f., 213–219, 233f., 238f., 243f., 245–248, 303, 406ff.
- Infratest (Marktforschung) 147
- Infratest (Sozialforschung)
- Finanzierung 254f., 265, 268, 271, 276, 278, 282, 300, 302
- Institutsgeschichte 46ff., 53, 234, 251, 307, 309f.
- Konkurrenz zu Infas siehe Infas, Konkurrenz zu Infratest
- Mediale Präsenz 470, 477, 483f., 490f., 496
- Sonstiges 28, 154, 162, 279–284, 475f., 478

- Umfragen 79, 255f., 260ff., 268ff., 283f., 287f., 295f., 300ff., 302, 305–308, 333, 342, 354–360, 367ff., 382ff., 386, 388, 391, 401f., 410–414, 419, 421, 424, 439, 480
- Wahlkampf 300–304, 307ff., 339f., 354–357, 367f.
- Institut für öffentliche Angelegenheiten 48f., 50
- Institut für Sozialforschung Frankfurt 50f., 74
- Intermarket 53, 133, 451
- Kaiserreich 55, 170, 176, 324f., 327f., 354
- Kehrmann 484, 491, 496
- Klub vom 3. Oktober 188, 218, 224
- Kommunalwahlen 89, 93, 106, 145, 229f., 250, 291f., 462, 385, 438, 462
- Konrad-Adenauer-Stiftung 117, 127f., 130ff., 135, 139f., 143, 144f., 259
- Kopf-an-Kopf-Rennen 467, 468, 472, 478f.
- KPD 82, 97f.
- Kritik 11f., 20, 94, 106, 138f., 199f., 450–459, 460, 463–466, 469–474, 478ff., 485–489, 497ff., 504f.
- Landtagswahlen 66, 71, 78, 83, 89, 90, 95f., 99f., 102ff., 110, 122ff., 123f., 146, 148f., 157–161, 172, 179ff., 183, 191, 211, 231f., 238ff., 243, 270, 284, 292f., 295, 300f., 303, 306, 406, 434f., 443f., 462, 482f., 484f., 487, 496, 498
- Landtagswahlergebnisse 178, 443, 122f.
- Marktforschung 31, 34, 43f., 53, 103, 282f., 307, 314, 457
- Marplan 261, 484, 490, 494
- Masse-Diskurs 326ff., 350, 407, 453f.
- Mauerbau 109, 218f., 234, 237, 461, 463
- Medialisierung 16f., 21f., 25ff., 437f., 497, 512–515
- Meinungsführer 259, 418
- Milieu 90, 168, 172, 324f., 344, 349, 352, 360, 373, 500
- Milieu-Studien 307ff., 310f., 360, 373f.
- Mitläufereffekt 338–342, 472
- Nationalsozialismus 19, 31, 45f., 51, 73, 97f., 326f., 449
- Niederlande 18, 178, 200, 245
- NPD 129f., 229, 342f., 475, 478
- NSDAP 32, 97f., 180, 447
- Öffentliche Meinung 15f., 34ff., 72, 92, 340f., 442, 454ff., 465, 493
- Öffentlichkeit 15f., 26f., 74, 289, 312, 315f., 322, 421f., 432f., 454f., 465, 504f., 508–515
- Österreich 35, 178, 277
- Ostpolitik 283f., 382ff.
- Personalisierung 20, 71f., 287f., 399f., 407f., 413f., 430ff., 461
- Polis 309
- Politische Akademie Eichholz 108, 110–113, 116ff., 121, 127, 130, 133, 144, 158
- Professionalisierung 20f., 55, 104, 113, 117f., 121, 128, 155, 164, 205, 221, 238f., 245–248, 277ff., 312f., 315, 317, 461
- Publikationsverbot 11f., 264, 287, 470, 476, 497f., 498f. (siehe auch Umfrage, Sonntagsfrage)
- Publikumsforschung (Hörer, Zuschauer, Leser) 22, 31, 35, 43–47, 53, 69, 234, 236f., 283, 301, 445
- Reformmüdigkeit 159, 297, 492
- Reichstagswahlen 97f., 325, 329, 447
- Repräsentation 15, 26, 361f., 372, 391f., 394f., 398, 400, 408f., 412–415, 427f., 431f., 454, 465, 475, 510f.
- Repräsentativität 32, 34, 92, 146, 262, 361, 393, 414, 447
- Reptilienfonds 75, 253, 265f.
- Schiller-Wähler 341, 411
- Schweden 222f., 232f., 239f., 276
- Schweigespirale 159f., 163, 288, 428
- Sekundäranalysen 56, 96, 129, 148, 194f., 261, 302f., 97f.
- Sinus 28, 307ff., 373f., 496
- Sowjetunion 38
- Sozialistische Internationale 178, 200f., 222, 225, 232
- Sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut 141–147, 148, 149f., 153f., 156–159, 161ff., 165f., 229, 336, 371, 427f., 484, 493
- SPD 27f., 82
- Abteilung Öffentlichkeitsarbeit (auch Werbe-Abteilung u.ä.) 199, 272–276, 277ff., 280, 293ff., 297, 300, 305, 309, 403, 423
- Bundestagsfraktion 75, 173, 174, 183, 187, 199, 214f., 219, 240f., 263, 272, 340, 372

- Führungsgremien 190, 242 f., 246, 251, 285 f., 300, 306, 366
- Jungsozialisten 295, 419 f.
- Landtagsfraktion 28, 173, 177, 250, 486
- Mitglieder 13, 21, 168 f., 176, 178–182, 184 f., 197 f., 205, 207, 218, 223 f., 272, 284 f., 289, 305 f., 310, 372 f., 391 f., 396, 290 f., 403 ff., 416–425, 429 f., 431 f.
- Organisationsausschuß 176–179
- Parteivorstand 172, 174 f., 267 f., 199, 216, 279 f., 285, 295 f., 193 f., 247, 494
- Präsidium 174, 199, 204, 214, 236, 240, 242, 279 f., 285, 296, 299, 419 f., 478
- Untergliederungen (Landes-/Bezirkverband) 172 f., 177, 179 f., 193, 197, 201, 205 f., 209–213, 219 f., 223, 238–245, 293, 298 f.
- Werbe- und Propagandausschuß 176, 182–185, 186 f., 191, 195 f., 200 f., 203, 246, 337 f., 364
- Spiegel-Affäre 114, 482
- Statistik 32 f., 49, 52, 97 f., 114, 120, 123 f., 126, 127, 175, 176–179, 197, 210 ff., 229, 325, 326, 328 ff., 538, 364, 423
- Wahlstatistik 55, 92, 97, 145, 176 ff., 180, 190, 292 ff., 330, 365, 392
- Statistiker 49, 53, 177
- Straw poll/Leserumfrage 33, 439, 443, 484, 496
- Teleskopie 298
- Tendenzwende 159, 298, 492
- Trend (Infratest) 251, 276, 281 f., 283 f., 343, 367 f., 379, 419
- Tschechoslowakei 382
- Umfrageforschung 14 f., 322
- Umfragen
 - Ebene:
 - Bundesland 172, 212, 293, 303, 477, 493, 501
 - Kommune 33, 53, 122, 193, 243, 309, 324, 365 f., 439, 462, 484
 - Stadt 47, 202, 209 f., 212 f., 227, 229 f., 236 f., 295 f.
 - Inhalte:
 - Personen 71 f., 405–416, 97, 138, 151 f., 234, 248, 287 f., 333, 391 f., 429, 431, 441, 445 f., 467 f., 476
 - Themen 18 f., 26, 72, 145, 195 f., 268, 271, 374–382, 386 f., 391, 409 f., 412, 462
 - Sonntagsfrage
 - allgem. 339, 470
 - Durchführung 70 f., 97, 146, 441, 467, 478
 - Verwendung 104, 121, 263, 287, 339, 441, 446, 453, 467, 475, 476, 478, 483 f., 496
 - Publikationsverbot 287, 470, 476, 479, 480, 484
- Trend:
 - Durchführung 68, 70, 78, 97, 101 f., 104, 132 f., 153 f., 163, 183 f., 192, 212, 236 f., 238, 244, 251, 254, 262, 266, 268–271, 291, 302, 384, 441, 462, 482–485, 495 f.
 - Verwendung 130, 142 f., 187, 197, 206, 236 f., 257, 262 f., 402 f., 411, 435, 441, 448, 462, 475 f., 478 f., 482–486, 490, 493, 501
 - Prognose 33, 41, 45, 66, 71, 90, 97, 108, 138, 199, 280, 303 f., 447, 452, 467–473, 475 f., 478, 487 ff., 491, 498, Exit Poll 498
 - Werbemittel 95, 123, 132 f., 147 f., 150, 152 f., 183, 191, 210, 215, 231–234, 248, 155, 273, 290 f., 294
- Methoden:
 - allgem. 53 ff., 97, 206, 447,
 - Erfolgskontrolle 150, 261 f., 264, 273, 312 f.
 - Faktorenanalyse 114 f., 120 f., 124, 269 f., 328, 343, 354, 359 f.
 - Frageformulierungen 27, 39, 54, 64, 97, 100, 133 f., 185, 193 f., 335, 375 f., 402, 451, 485
 - Gruppendiskussion 269, 280 f., 300 f., 311, 359 f., 367, 382 f.
 - Gruppenexperiment 50, 281
 - Hausbesuch 54, 231, 439
 - Kontrastgruppenanalyse/Polaritätenprofil 352 f., 401 f.
 - Mehrthemenumfrage 54, 64, 70, 216, 244, 302
 - Motivforschung 77, 103, 206, 214, 215 f., 335
 - Panel 146, 150, 154, 192, 261 f., 480–483
 - qualitative Methoden 38 f., 77 f., 108 f., 122 f., 133, 158, 165, 179, 206, 269 ff., 290 f., 305, 307, 411 (siehe auch Gruppendiskussion/ Motivforschung)
 - Segmentationsanalyse 269, 354, 356, 411
 - Telefon 54, 86, 231, 256, 261 f., 270 f., 289, 310 f., 439, 484
 - Trend 54, 132, 161, 190 ff., 206, 244, 254, 257 f., 262, 268–271, 384, 411, 441
 - weitere 40 f.

- Zufall vs. Stichprobe 32, 34, 290, 470, 497, 504 f.
- Publikationskodex 138, 499
- University of Michigan 44, 143, 222, 225, 229
- Verwissenschaftlichung 13 f., 25 f., 52, 92, 118, 125, 128 f., 139 f., 140 f., 156, 162, 219 f., 225 f., 238, 246, 248, 253, 258, 271, 278, 312–316, 409 f., 413, 493, 507 ff., 513 ff.
- Volksentscheid/-befragung 170, 186 f.
- Volkspartei 120, 198, 317, 393–405, 419, 425
- Volkszählung 123 f., 145, 211
- Wählerkartei 178 f.
- Wählerwanderung/Wählerfluktuation 108
- Wahl(kampf)analysen 79, 91, 95–98, 110 f., 125, 198 f., 149, 153 f., 159, 163, 165 f., 175 f., 210, 220, 228, 248 f., 295 f., 305 f., 342, 363, 370, 424, 463, 469
- Wahlforschung 24, 28, 35, 51 f., 55 f., 109, 110 f., 120, 124, 145, 147, 161, 175, 222, 225 f., 228 f., 268 ff., 334 f., 369, 417 f., 430, 488
- Wahlkampfbeobachtung 124, 200 f., 222 f., 228, 276 f., 386
- Weimarer Republik 31, 45, 64, 91, 97, 168 f., 224, 327, 329 f., 350 f., 353 f., 362, 364 f.
- WEMA 133–136, 387
- Westernisierung 21, 54 f., 169, 221, 225 f., 329 f.
- Wickert-Institute Tübingen 53, 133, 254, 255, 286, 472 f., 483 f., 489, 490, 496 f.
- Wissenschaftliches Institut der Konrad-Adenauer-Stiftung 127–133, 135, 136–140, 141 ff., 145 f., 149 f., 158, 164, 259, 371, 387
- ZDF 126, 232, 256, 260 f., 264, 271, 468, 476, 478, 480–486, 494 f., 496, 498, 502
- Zwei-Stufen-Fluß der Kommunikation 418

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



EX OFFICINA

2012

Schriften

Elzevir/Caspari (dtl)

Satz/Einband

SatzWeise Föhren

Druck und Herstellung

Verlagsdruckerei Schmidt

Neustadt/Aisch

Printed in Germany