

Empirische Sozialforschung in Deutschland

Entwicklungslinien, Errungenschaften und Zukunftsperspektiven

Max Kaase

Jacobs University Bremen

Ein erster Blick zurück

Die diesjährige gemeinsame Tagung von ADM und ASI soll an die langen Entwicklungslinien der deutschen Sozial- und Marktforschung im Nachkriegsdeutschland seit Anfang der fünfziger Jahre erinnern. Es erscheint dabei angemessen, mit der vom 14. bis 16. Dezember 1951 in Weinheim stattgefundenen Tagung „Empirische Sozialforschung“, die erstmalig mehr als 100 Forscher aus allen Gebieten der damals jungen Markt- und Sozialforschung zu einem Gedankenaustausch zusammengeführt hatte, zu beginnen. Es ist außerordentlich verdienstvoll, dass die Vorträge und Zusammenfassungen der Diskussion in dem vom Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e.V. herausgegebenen Buch „Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung. Probleme und Methoden“ (1952) dokumentiert und damit auch heute noch zugänglich sind. Diesem Buch ist u.a. der demokratiethoretische Impetus zu entnehmen, der über die amerikanische Besatzungsmacht und vor allem seinen Repräsentanten Leo P. Crespi (a.a.O.) in die deutsche Entwicklung injiziert worden ist.

Von den Teilnehmern in Weinheim ist wohl niemand mehr am Leben; kürzlich starben erst Prof. Ludwig von Friedeburg und Prof. Elisabeth Noelle-Neumann. Interessant ist in der Retrospektive, dass schon auf dieser Tagung intensiv Organisations- und Verfassungsfragen der empirischen Sozialforschung im Nachkriegsdeutschland diskutiert worden sind. Ironisch anzumerken ist in diesem Zusammenhang, dass 30 Jahre vergehen mussten, bis die 1951 gegründete Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI) als Vereinigung universitärer und nichtuniversitärer

sitärer wissenschaftlicher Forschungsinstitute und der 1955 gegründete Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute (ADM; später Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute) als einer Vereinigung privatwirtschaftlich verfasster Institute die erste Folgetagung zu Weinheim am 1. und 2. Oktober 1981 in Heidelberg organisierten, die in dem von Kaase, Ott und Scheuch 1983 im Campus-Verlag unter dem Titel „Empirische Sozialforschung in der modernen Gesellschaft“ veröffentlichten Buch dokumentiert worden ist.

Dieses Bild wird vervollständigt durch den Hinweis, dass es dann, noch einmal zwanzig Jahre später, unter der selben organisatorischen Schirmherrschaft, am 25. und 26. Oktober 2001 und dieses Mal wieder in Weinheim, zu einer weiteren Erinnerungsveranstaltung unter dem Titel „Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen“ kam, die in dem von Sahner 2002 bei der Nomos Verlagsgesellschaft publizierten Band nachzulesen ist.

Bemerkenswerterweise stand bereits 1951 in Weinheim die Frage nach der Normierung von Qualitätsstandards der Sozialforschung und Professionsethik auf der Tagesordnung. Dass Elisabeth Noelle-Neumann sich während der Heidelberger Tagung 1981 daran erinnerte, mag einem Gefühl von Nostalgie geschuldet sein; nachvollziehen jedoch kann man ihre Aussage nicht, man sei heute „in dieser Richtung sicher keinen Schritt weiter“ gekommen (Kaase/Ott/Scheuch 1983, S. 82), denn vor allem in England hatte die Marktforschung sich bereits früher als anderswo auf die Einführung von Qualitätsstandards geeinigt. Für die deutsche Marktforschung gilt jedoch in der Tat, wie Erich Wiegand als Geschäftsführer des ADM 2007 (S. 45-46) schrieb, dass sie erst relativ spät – 1999 – Regelungen zur Qualitätssicherung in der Markt- und Sozialforschung beschlossen hat (ADM/ASI/BVM 1999). Heute sind diese Standards in der internationalen Norm ISO 20252 in Deutschland sanktionsbewehrt kodifiziert, welche die 2003 in Deutschland installierte Norm DIN 77500 abgelöst hat (siehe dazu Meulemann 2007, S. 252-258). Nach Auskunft des ADM sind 2011 in Deutschland wohl nur zwei Institute nach der Norm ISO 20256 und ein Institut nach der Norm ISO 26326 zertifiziert, eine interessante Beobachtung. International hat die Diskussion über best practices in der empirischen Sozialforschung bereits eine längere Tradition, wie z.B. der 1986 veröffentlichte „Code of Professional Ethics and Practices“ und die 1997 veröffentlichten „Best Practices for Survey and Public Opinion Research“ der American Association for Public Opinion Research (AAPOR) dokumentieren (Kaase 1999, S. 43-56, S. 140-142).

Hervorzuheben in diesem Zusammenhang ist auch die für die Deutsche Forschungsgemeinschaft unter dem Vorsitz des Autors in einer Arbeitsgruppe erstellte Denkschrift „Qualitätskriterien der Umfrageforschung“, die im Akademie Verlag Berlin veröffentlicht worden ist, übrigens sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache, um deren Reichweite zu erhöhen (Kaase 1999). Es ist bezeichnend, dass an der Denkschrift Repräsentanten aus unterschiedlichen Disziplinen und Organisationsformen der empirischen Sozialforschung mitgewirkt haben, ein gutes Beispiel für die Kooperation von ADM und ASI. In dem 2007 von ADM und ASI herausgegebenen Band „Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung“ schrieb Manfred Ehling (S. 18) über die Denkschrift, sie habe „maßgeblich dazu beigetragen, die sozialwissenschaftliche Qualitätsdebatte zu beleben“. Auch wenn diese Feststellung nur schwer zu belegen sein dürfte, so ist doch unbestritten, dass sie die Kommunikation zwischen Sozialwissenschaftlern unterschiedlichster Provenienz und den Nachfragern ihrer Leistungen befördert haben dürfte, und zwar in zwei Richtungen. Zum einen hat Qualität in den in der Denkschrift behandelten Dimensionen, wenn diese denn beachtet werden, ihren Preis. Das ist eine durchaus marktrelevante Feststellung, wenn man bedenkt, dass im ADM nur 76 (Stand November 2011) der mehr als 180 in Deutschland tätigen Institute zusammengeschlossen sind und stets die Gefahr eines Verdrängungswettbewerbs über den Preis unter Außerachtlassung von Qualitätsstandards besteht. So ist es kein Zufall, dass Ernst-Ludwig Winnacker, seinerzeit Präsident der Deutschen Forschungsgemeinschaft, in seiner Einleitung zur Denkschrift schreibt, diese wende sich „an die Profession ebenso wie an Politik, Unternehmen, Öffentlichkeit und hier insbesondere die Massenmedien“ (Kaase 1999, S. 2).

Übrigens ist keinesfalls selbstverständlich, dass unter akademischer Regie stattfindende Sozialforschung bereits a priori unter der Vermutung exzellenter Qualität stehen muss; sie ist genauso Adressat der Denkschrift wie außerhalb des Wissenschaftsbereichs durchgeführte Forschung. Als ebenso wichtig wie die Diskussion über Qualitätsstandards erwiesen sich in der Diskussion der Arbeitsgruppe daher die Forschungserfahrungen, die Vertreter der privatwirtschaftlich verfassten Einrichtungen einbrachten. Hier ist daran zu erinnern, dass, rein quantitativ gesehen, die akademische empirische Sozialforschung eine *quantité négligeable* gegenüber der Marktforschung darstellt. Denn von den geschätzten mehr als 2 Milliarden Umsatz 2008/9 der im ADM zusammengefassten deutschen Markt- und Sozialforschung stammen laut Frankfurter Allgemeine Zeitung (2008) rund 60 % aus der Konsumgüterforschung und 15 % aus der Pharmabranche, so

dass bestenfalls 10 % auf die Wahl-, Medien- und Sozialforschung entfallen dürften.

Solche Zahlen legen die Interaktion von akademischen und privatwirtschaftlichen Forschungseinrichtungen auch in der Grundlagenforschung nahe. Allerdings ist es naiv anzunehmen, dass im Wettbewerb stehende private Institute beliebig Zeit und andere Ressourcen in Grundlagenforschung investieren können, es sei denn als Voraussetzung für Erfolge bei der Projekteinwerbung. Zwar gibt es bei den Instituten durchaus Unterschiede in der Bereitschaft zu einem entsprechenden Engagement. Dennoch vertritt der Autor die Auffassung, dass konkrete Forschungsk Kooperationen generell nicht sehr ausgeprägt sind, obgleich sie im beiderseitigen Interesse wären. Um Bernhard von Rosenblatt (2008, S. 144) zu zitieren:

„Beide Seiten sollten erkennen, dass sie in einem Boot sitzen – in einem Boot auf bewegter See. Eine hochwertige Infrastruktur für anspruchsvolle umfragebasierte Sozialforschung ist teuer. Dass sie erhalten und weiter entwickelt wird, ist für die empirische wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Forschung in Deutschland eine Existenzfrage.“

Zur Wahrnehmung der empirischen Sozialforschung in der Öffentlichkeit

Die Markt- und Sozialforschung hat sich als eigenständiges Geschäftsfeld in Deutschland, wie schon gesagt, erst nach dem Zweiten Weltkrieg langsam etabliert. Dabei spielten vor allem in der Frühphase die amerikanische, aber auch – weniger wahrgenommen – die englische Besatzungsmacht eine große Rolle, wobei besonders die Amerikaner dieses Engagement neben der Befriedigung eigener Informationsbedürfnisse auch mit einem demokratietheoretischen Impetus – Rolle der Bürger im politischen Prozess – verbunden haben. Einen informativen Erfahrungsbericht aus dieser Zeit haben Wolfgang Schaefer, der von 1947 bis 1954 deutscher Mitarbeiter des Reactions Analysis Staff bei der amerikanischen Hohen Kommission war, und Mungo Miller 1998 veröffentlicht. Systematisch haben Uta Gerhard (2002) und Erwin K. Scheuch (2002) diese Entwicklung dann in ihren Beiträgen in dem Band über die ADM/ASI-Tagung „Fünfundzwanzig Jahre nach Weinheim“ analysiert.

Die öffentliche Wahrnehmung der empirischen Sozialforschung, das zeigt ein Blick auf die Entwicklung in den USA, ist entscheidend durch das Interesse der Bürger befördert worden, möglichst schon vor einem Wahltag

eine Prognose über den Ausgang vor allem nationaler Wahlen zu erhalten. Das dramatische Beispiel der Zeitschrift „Literary Digest“, die ab den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts den Ausgang einer ganzen Reihe von Präsidentschaftswahlen anhand eingesandter Millionen von Wahlzetteln der Leser zunächst erfolgreich prognostiziert hatte, dann aber bei der Präsidentschaftswahl 1936 in ihrer Prognose das Wahlergebnis vollkommen verfehlte, kann man mit einigem Fug und Recht als Geburtsstunde der systematischen, methodenfundierte Sozialforschung bezeichnen. Dies gilt um so mehr, als George Gallup ebenfalls 1936, damals anhand einer Quotenstichprobe, mit wenigen tausend Befragten das Wahlergebnis einigemaßen akkurat prognostiziert hatte.

Durchaus verständlich angesichts der Bedeutung von Wahlen im demokratischen Prozess, traf die sozialwissenschaftliche Analyse von Wahlen so bereits traditionell auf ein hohes und später über Prozesse der Mediatisierung von Politik kontinuierlich zunehmendes Interesse der Medien und Öffentlichkeit (Kaase/Pfetsch 2000).

Seit der Literary Digest-Affäre hat die Frage nach der Qualität von sozialwissenschaftlichen Studien und der erhobenen Daten Auftraggeber, Nutzer und vor allem die sozialwissenschaftliche Methodenforschung beschäftigt. Schon in den fünfziger Jahren hat es hierzu in den USA bahnbrechende Arbeiten gegeben, die nicht zuletzt durch die Wahlforschung angeregt worden sind. Zu nennen sind hier z.B. die Gruppe um den aus Österreich emigrierten Paul F. Lazarsfeld an der New Yorker Columbia University und die Wissenschaftler um Angus Campbell am Survey Research Center des Institute for Social Research ISR an der University of Michigan in Ann Arbor. Waren doch letztere die Einzigen – anders als z.B. George Gallup –, die bei der amerikanischen Präsidentschaftswahl 1948 den Wahlsieg von Truman mit einer relativ kleinen Zufallsstichprobe von Befragten richtig vorhergesagt hatten (Campbell/Kahn 1952).

In Deutschland haben Elisabeth Noelle-Neumann und ihre Mitarbeiter vom Institut für Demoskopie in Allensbach zumindest bis in die neunziger Jahre stets einen großen Öffentlichkeitseffekt erzielt, weil sie jeweils am Tag vor einer Bundestagswahl oder dem Tag der Wahl eine auf Umfragen beruhende Wahlprognose abgaben. Für die empirische Sozialforschung war dies von großer Bedeutung, weil gerade die Wahlforschung in der glücklichen – oder unglücklichen – Lage ist, fast als Einzige ihre Befunde zumindest im Feld der Wahlprognosen in kurzer Zeit mit dem „wahren“ Wert – eben einem Wahlergebnis – konfrontiert zu sehen. Bekanntlich gehen solche Gegenüberstellungen nicht selten auch zuungunsten der Wahlforschung aus,

wie immer wieder nach Wahlen aufflammende Kontroversen belegen, wenn erneut ein Institut mit seiner Prognose „daneben lag“. Dennoch kann insgesamt festgestellt werden, dass nicht zuletzt wegen der Erfolge der Wahlforschung die Methoden und Verfahren der empirischen Sozialforschung in modernen Gesellschaften nicht mehr grundsätzlich in Frage gestellt werden (Scheuch 1999, S. 10).

Auch wenn die zeitliche Sequenz nicht mehr im Detail nachgezeichnet werden kann, so gibt es guten Grund zu der Annahme, dass mit der Öffnung von ARD und ZDF für eine empirisch fundierte Wahlberichterstattung durch das 1959 in Bad Godesberg durch Klaus Liepelt und andere gegründete, der SPD nahestehende Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas) für die ARD und die Mannheimer Forschungsgruppe Wahlen für das ZDF seit der Bundestagswahl 1965 auch das Interesse von Printmedien und nach ihrer Etablierung auch einiger privater Fernsehanstalten an gesellschaftlichen und politischen Problemstellungen und deren wissenschaftliche Untersuchung durch die Sozialforschung geweckt worden ist (für die historische Entwicklung der politischen Umfrageforschung in Deutschland siehe Kruke 2007). Galt doch für die Frühphase der Wahlforschung wegen der relativen Seltenheit verfügbarer Umfrageergebnisse und deren Konzentration auf die politischen Parteien sowie Regierungsstellen wie das Bundespresseamt ein häufig geäußelter Verdacht, mit dem gezielten „Durchsickern“ solcher Ergebnisse solle die öffentliche Meinung manipuliert werden.

In diesem Zusammenhang ist der folgende Aspekt von besonderem Interesse. Es gelang nämlich zunehmend, den Bürgern den horse race-Charakter politischer Wahlen nahe zu bringen und sie damit politisch zu motivieren: Welche Parteien liegen zu einem gegebenen Zeitpunkt vor einer Wahl „vorne“, und wer wird schließlich die Wahl gewinnen? Gleichzeitig kam es so auch zu einem Konkurrenzkampf der Forschungsinstitute und elektronischen Medien um die „besten“ Ergebnisse und damit zu Methodendiskussionen und -innovationen. Inzwischen gehören die Prognosen und Hochrechnungen von ARD durch infratest dimap und des ZDF durch die Forschungsgruppe Wahlen zum bisher unverzichtbaren Bestandteil der abendlichen Berichterstattung über Landtags- und Bundestagswahlen. Hinzu kommt u.a. die Veröffentlichung von regelmäßig im Auftrag der ARD durch infratest dimap durchgeführten Repräsentativbefragungen bei Wahlberechtigten als „Deutschland-Trend“ und das von der Forschungsgruppe Wahlen alle zwei Wochen durchgeführte Politbarometer, deren Ergebnisse

übrigens auch von einigen Printmedien übernommen werden, als Teil der etablierten politischen Informationslandschaft in Deutschland.

Bei diesem Maß an öffentlicher Aufmerksamkeit ist die gelegentliche, demokratietheoretisch gespeiste Rückkehr zu Diskussionen der fünfziger Jahre fast untergegangen, ob die Ubiquität von politischen Befragungsergebnissen nicht noch stärker als früher einen negativen Einfluss auf die Qualität des demokratischen politischen Prozesses in dem Sinne besitze, dass verantwortungsbewusste politische Entscheidungen nicht zunehmend durch ein Schielen nach den Meinungen des kontinuierlich demoskopisch erfassten Souveräns ersetzt würden (die „klassische“ Fundstelle zu dieser Problematik ist Hennis 1957; siehe auch Kaase/Pfetsch 2000), ein Problem, das bis heute immer wieder Anlass zu Kontroversen in Öffentlichkeit und Wissenschaft gibt und auch bei der ADM/ASI-Tagung 1981 eine Rolle gespielt hat (Kaase/Ott/Scheuch, S. 69-97).

Aspekte konkreter Zusammenarbeit zwischen universitärer Sozialwissenschaft und privatwirtschaftlich verfasster Sozial- und Marktforschung

Es erscheint sinnvoll, zunächst einmal darauf hinzuweisen, dass diese Zusammenarbeit sowohl individuell als auch institutionell verfasst sein kann. Ein herausragendes frühes Beispiel individueller Kooperation stellt die Kölner Wahlstudie 1961 dar, die gemeinsam von Erwin K. Scheuch, Rudolf Wildenmann und dem leider früh verstorbenen Gerhard Baumert, einem der Direktoren des auf amerikanische Initiative hin gegründeten Frankfurter DIVO-Instituts, geleitet worden ist (Scheuch/Wildenmann 1965). Diese Kooperation ist nicht zuletzt deswegen hervorzuheben, weil die dort von Scheuch und Wildenmann gewonnenen Erfahrungen einen großen Einfluss auf die schließlich 1974 erfolgreichen Bemühungen hatten, in Mannheim 1974 mit der Gründung des Zentrums für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA), das zunächst für dreizehn Jahre von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) als Hilfseinrichtung der Forschung finanziert wurde, eine universitär kontrollierte Forschungsinfrastruktur für die empirischen Sozialwissenschaften zu schaffen. ZUMA ist übrigens 1986 zusammen mit dem Kölner Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung und dem Bonner Informationszentrum Sozialwissenschaften in die Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen GESIS aufgegangen (Mochmann/

Scheuch 1987), die dann vor kurzem in Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften umbenannt worden ist.

Der Gründung von ZUMA waren langwierige Verhandlungen, Sachdiskussionen und sogar eine Evaluation der Planung durch eine Gruppe renommierter internationaler Sozialwissenschaftler vorausgegangen. Zwar diente das Institute for Social Research an der University of Michigan in Ann Arbor in mancherlei Hinsicht als Blaupause für das Entwicklungskonzept von ZUMA. Es gab aber von Anfang an eine Einschränkung der Übertragbarkeit: Angesichts des bis in die frühen siebziger Jahre noch nicht sehr ausgeprägten Engagements der deutschen akademischen Sozialwissenschaft in Bezug auf systematische Methodenforschung und Großprojekte der Umfrageforschung (Scheuch 1999, S. 9) erschien es, anders als in den USA, nicht sinnvoll, bei ZUMA einen Interviewerstab aufzubauen, mit dem das Institut z.B. repräsentative Bevölkerungsumfragen hätte durchführen können. Da einerseits aber auch die Unterstützung und Durchführung solcher Umfragen zum Arbeitsprogramm des Instituts gehörten, ja geradezu mit *raison d'être* seiner Etablierung gewesen waren – siehe die Erfahrungen aus der Kölner Wahlstudie 1961 – und andererseits von Anfang an der Eindruck vermieden werden sollte, mit öffentlichen Mitteln in einen unfairen Wettbewerb mit der privatwirtschaftlich verfassten Sozial- und Marktforschung einzutreten, lag es auf der Hand, bereits bestehende fruchtbare Geschäftsbeziehungen der Universität Mannheim mit einigen privaten Instituten zu nutzen und den Zugang zu deren Feldressourcen über Kooperationsverträge zu sichern.

Zwei Institute zeigten sich seinerzeit an einer Zusammenarbeit mit ZUMA besonders interessiert: einerseits die Infratest Wirtschaftsforschung in München unter der Leitung von Yola Laupheimer, und andererseits das Bremer GETAS-Institut unter der Leitung von Hans-Jürgen Ohde und Barbara L. von Harder. An dieser Stelle ist es nicht notwendig, die Details der zwischen ZUMA und den beiden Instituten abgeschlossenen Verträge zu erörtern, die ihre Geltung für fast zwanzig Jahre behalten haben. Hier mag es genügen, darauf hinzuweisen, dass auf diese Weise eine Vertrauensbasis hergestellt wurde, von der beide Seiten zu profitieren hofften und auch profitiert haben, die aber auch auf den gesamten Bereich der akademisch und der privatwirtschaftlich verfassten Sozialforschung ausstrahlte. Seit dieser institutionalisierten Zusammenarbeit für eine Periode von rund zwanzig Jahren ist viel Zeit vergangen. Dennoch bleibt es bei dem Befund, dass universitäre Großprojekte der Sozialforschung immer noch nur in der Kooperation mit privaten Instituten der Sozial- und Marktforschung möglich sind,

weil es an einer entsprechenden Feldinfrastruktur seitens der universitären Forschung mangelt und man auch von dem reichen Erfahrungshintergrund dieser Institute bei der Durchführung von Projekten der Sozialforschung profitieren wollte.

An dieser Stelle soll noch einmal Bernhard von Rosenblatt zu Wort kommen (2008, S. 144):

„Die Sozialforscher in den gewerblichen Instituten ... können nicht zaubern. Man kann sich vorstellen, dass sie in ihren Instituten nicht unbedingt einen leichten Stand haben, wenn sie für ihre Projekte den Erhalt oder Ausbau kostenträchtiger Produktionsressourcen fordern und auf methodischen Verfahren mit hohem Qualitätsniveau (Kostenniveau) bestehen ... Ein konkretes Beispiel ist die Entwicklung der Interviewerstäbe für face-to-face-Befragungen. Jahrelang gingen die strategischen Planungen der Unternehmungen davon aus, dass man in diese Ressourcen nicht mehr investieren müsse und dass sie in nicht ferner Zukunft von kostengünstigeren Befragungsmedien wie Telefon und Internet abgelöst sein würden. Für weite Bereiche der Marktforschung und für die schnellen Standardumfragen trifft das auch weitgehend zu. Die sozialwissenschaftlichen Projekte erfordern vielfach jedoch weiterhin gut geschulte Interviewerstäbe für face-to-face-Befragungen.“

Im Bereich der akademischen Sozialforschung gilt das u.a. für das technisch und methodisch äußerst anspruchsvolle „Sozio-oekonomische Panel“ (SOEP) als Haushalts-Wiederholungsbefragung (seit 1982), Teile des 2006 begonnenen Großprojekts „Nationales Bildungspanel für die Bundesrepublik Deutschland“ (NEPS), Teile der 2008 etablierten Längsschnittwahlstudie „German Longitudinal Election Study“ (GLES), die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft aus ihrem Langfristprogramm zunächst bis 2017 gefördert wird, ferner für die von ZUMA organisierte alle zwei Jahre stattfindende Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) sowie den ebenfalls zweijährig durchgeführten deutschen Teil des European Social Survey (ESS), eine auf Zufallsstichproben basierende Repräsentativbefragung der Wohnbevölkerung ab 16 Jahren in mehr als 25 europäischen Ländern. Auf einige dieser Untersuchungen und ihre Probleme soll später noch einmal zurückgekommen werden. Wer sich übrigens für eine umfassende Dokumentation Deutschland einschließender sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher längsschnittlicher Datenerhebungen interessiert, sei auf den Anhang der Publikation des Wissenschaftsrats „Empfehlungen zu Forschungsinfrastrukturen in den Geistes- und Sozialwis-

senschaften“ im Rahmen der umfassenden Publikation „Empfehlungen zu Forschungsinfrastrukturen“ verwiesen, die neben der Druckversion auch auf der Webseite des Wissenschaftsrates im Internet als PDF-Datei zugänglich sind (Wissenschaftsrat 2011, S. 157-200).

An dieser Stelle erscheint ein erneuter Blick zurück zur Zusammenarbeit zwischen privat und öffentlich verfasster Sozialforschung interessant. Ein historisch aufschlussreiches Beispiel für die frühe Kooperation zwischen universitärer und privater Sozialforschung ist die auf eine Initiative von Wolfgang Ernst, seinerzeit Chef von Infratest, zurückgehende Etablierung einer informellen Gruppe akademischer und privatwirtschaftlicher Wahlforscher zu Beginn der siebziger Jahre mit dem Ziel, aktuelle Probleme der empirischen Wahlforschung zu erörtern. Der so entstandene stets informell gebliebene Arbeitskreis Empirische Wahlforschung (AEW) hat, zunächst unter der Leitung des Verfassers und dann des Mainzer Politikwissenschaftlers Jürgen W. Falter, bis in die späten neunziger Jahre bei seinen in der Regel zweimal im Jahr stattfindenden Treffen produktiv zusammengearbeitet und es auch erreicht, dass die in der AEW geführten Diskussionen und erreichten Forschungsergebnisse das Vertrauensverhältnis und auch die Kontakte außerhalb der turnusmäßigen AEW-Sitzungen zwischen akademischer und privater Wahlforschung sehr befördert haben. Anlass für die Gründung der AEW war übrigens die Beobachtung, dass es in Wahlumfragen vor allem in den späten sechziger und frühen siebziger Jahren immer wieder Probleme gab, mit Umfragen die realen Parteienteile bei Wahlen einigermaßen korrekt zu schätzen. So bleibt bis heute in Erinnerung, wie bei der Bundestagswahl 1965 am Wahlabend im ZDF um 18 Uhr auf der Bühne der Bonner Beethovenhalle von EMNID und vom Institut für Demoskopie Allensbach beim Notar hinterlegte Wahlprognosen geöffnet wurden und sich dabei ergab, dass das EMNID-Institut das Ergebnis falsch und Allensbach es korrekt vorhergesagt hatte, ein EMNID lange Zeit belastendes Ereignis (Kaase 1977, S. 461-462).

Diese und zahlreiche andere Beispiele konstruktiver Kooperation zwischen universitärer und privater Sozialforschung hatten unzweifelhaft ihre Basis in den guten Beziehungen zwischen Personen. Das darf jedoch nicht darüber über deren Fragilität hinwegtäuschen, denn z.B. Erwin K. Scheuch und Rudolf Wildenmann einerseits und Elisabeth Noelle-Neumann und Klaus Liepelt andererseits sind sich lange Zeit mit großem Misstrauen begegnet. Daher ist die institutionelle Kooperation zwischen ADM und ASI sicherlich von größerer Tragfähigkeit.

Sehr wichtig für die Institutionalisierung der Beziehungen zwischen ADM und ASI war die Debatte über das erste deutsche Datenschutzgesetz, in der durch gemeinsames Handeln der beiden Organisationen die zunächst vorgesehene Bestimmung, eine schriftliche Zustimmung der potentiellen Befragten zu jedem Interview zu fordern, abgewendet werden konnte, welche die Sozialforschung in ihren Grundlagen gefährdet hätte. Seither gibt es kontinuierliche Kontakte zwischen ASI und ADM auf der Arbeitsebene, die ihren Ausdruck nicht zuletzt in der Veranstaltung und Ergebnisveröffentlichungen von Arbeitstagen, zum Teil zusammen mit dem Statistischen Bundesamt, über allgemeine Probleme der Sozialforschung finden.

Methodeninnovationen in der Sozial- und Marktforschung

Für manche Leser mögen die Reminiszenzen an die frühen sechziger Jahre einen allzu langen Blick zurück bedeuten, so zum Beispiel, dass der Verfasser zwischen 1962 und 1964 Daten der Kölner Wahlstudie 1961 für seine Dissertation über die Wechselwähler ausschließlich auf Lochkarten mit einer Lochkartenzählmaschine analysiert und die Ergebnisse mit einem Rechenschieber prozentuiert hat. Die zunehmende Verfügbarkeit von Großrechnern (sogenannte main frame computer) seit Mitte der sechziger Jahre hat dann nicht nur die Industrie, sondern auch die Forschung und damit ebenfalls die Sozialforschung revolutioniert. In dieser Phase profitierte vor allem die Datenanalyse von der Aufhebung der technischen Beschränkungen durch Lochkarten, aber mehr noch von der nun leichten Verfügbarkeit komplexerer Datenanalysetechniken in Programmpaketen wie dem Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), das Verfahren wie die Regressions- oder Faktorenanalyse zu einem beliebig zugänglichen Werkzeug gemacht hat. Der entscheidende Durchbruch, der bis heute seine Bedeutung nicht verloren hat, ist allerdings erst mit der Entwicklung von immer leistungsfähigeren, die frühen main frame computer in ihren Kapazitäten inzwischen weit übersteigenden Kleincomputern (personal computers, laptops) gelungen, die in der Sozialforschung nun auch Stichprobenziehung, Datenerhebung (CAPI - computer assisted personal interviews, CATI - computer assisted telephone interviews) und ihre Kontrolle, Datenübermittlung und -analyse, Ergebnispräsentation und Datenspeicherung auf eine grundlegend neue Basis gestellt haben. Was sich aus neuesten Entwicklungen wie e-science, grid computing und cloud computing für die Zukunft der empirischen Sozialforschung ergeben wird, vermag der Verfasser mangels Sach-

Qualitätssicherung in der Umfrageforschung
Neue Herausforderungen für die Markt- und
Sozialforschung

Faulbaum, F.; Stahl, M.; Klumpe, B. (Hrsg.)

2012, IX, 215 S. 14 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00514-6