Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1994)

Heft: 2

Artikel: Einblicke in den Forschungsstand der angewandten politischen Kommunikationsforschung

Autor: Longchamp, Claude

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790853

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Claude Longchamp

Einblicke in den Forschungsstand der angewandten politischen Kommunikationsforschung

Der Autor, Direktor des GfS-Forschungsinstituts, Bern, befasst sich mit der Relevanz der angewandten politischen Kommunikationsforschung am Fallbeispiel «EWR-Abstimmung». Seine Ausführungen weisen mit Blick auf die kompetente Verwendung von Forschungsergebnissen auf unterstützende und rechtfertigende und in selteneren Fällen auch auf korrigierende Funktionen für die Politik hin.

1. Ausgewählte Entwicklungstendenzen der Forschung

In der Erforschung des Politischen generell, aber auch der politischen Kommunikation im Besonderen dominierte in der Schweiz (zu) lange eine ***strukturalistische Betrachtungsweise:*** Politische Entscheidungen wurden vor allem als Ausdruck relativ stabiler gesellschaftlicher Bedingungen oder politischer Kulturen verstanden. Politische Kommunikation wurde in dieser Perspektive höchstens als abgeleitete Variable behandelt. Diese Sichtweise wird seit rund 10 Jahren zunehmend zugunsten ***dynamischer Betrachtungen und Analysen*** aufgebrochen, welche gerade das Prozesshafte von Entscheidungen betonen. Damit angewachsen ist auch das Interesse an ***(politischer) Kommunikation als eigenständigem Faktor*** der Bestimmung oder Beeinflussung.[1]

2. Ausgewählte Typen der politischen Kommunikationsforschung

Konzeptionell gesehen lassen sich drei Typen der Studien unterscheiden:

- Planungsstudien,
- Begleitstudien und
- Evaluierungsstudien.[2]

Planungsstudien haben zum Ziel, vor Beginn eines eigentlichen Prozesses der Kommunikation eine thematische Auslegeordnung zu machen. Dabei kann es sich um Bestandesaufnahmen (momentane Stimmungen, Einstellungen und Verhaltensweisen, aber auch um relevante Trends) oder auch um Schätzungen des Potentials handeln (im Sinne von: was geschieht, wenn eine bestimmte Strategie oder eine spezieller Medienmix verwendet wird): Planungsstudien definieren in der Regel verschiedene Typen von Adressaten einer Kommunikation (Ziel- oder Problemgruppen etc.) oder können im Sinne der Optimierung eigentliche Überprüfungen von Mitteln der Kommunikation beinhalten. Sie beruhen in der Regel auf quantitativen und qualitativen Befragungen der Bevölkerung oder relevanter Teilgruppen.

Begleitstudien werden gemacht, um einerseits die Dynamik eines Prozesses der Meinungsbildung gesichert verfolgen, anderseits Ursachenabklärungen über die Wirkungsweise von politischen Ereignissen, kommunikativen Strategien und Veränderungen der Denk- und Verhaltensweisen machen zu können. Praktisch gesehen werden sie in der Regel veranlasst, um gezielt auf ablaufende Kommunikationsprozesse einzugreifen, und basieren normalerweise auf einer Kombination von Inhaltsanalysen der Medien einerseits, von Trendbefragung (als Serie oder Panel) andererseits.

Evaluierungen schliesslich kombinieren die verschiedenen denkbaren Vorgehensweisen, indem sie retrospektiv betrachtet die intendierten und nicht-intendierten Wirkungen eines Kommunikationsprozesses im Vergleich zu den ursprünglich gesetzten Zielen oder zu anderen Entscheidungen analysieren. Evaluierungen werden vor allem zur Überprüfungen umfassender Hypothesen zur politischen Kommunikation realisiert. Das Set an Methoden ist mittlerweile vielfältig; in der Regel werden verschiedenste Zugriffe gleichzeitig verwendet.[3]

3. Hauptergebnisse des Fallbeispiels «EWR-Entscheidung»

Beim EWR zeigten Planungsstudien,[4] dass es in der Europa-Frage keine automatischen Mehrheiten mit Blick auf neue Integrationsschritte gibt. Aussenpolitische Haltungen variieren je nach Raum der Öffnung und je nach Tiefe der Integration:

- Nicht-institutionelle Verpflichtungen (wie Gute Dienste oder Entwicklungshilfe) werden positiver beurteilt als institutionellen Bindungen.
- Primär wirtschaftliche Kooperationen findet eine höhere Zustimmung als vorwiegend politische Einbindungen.
- Die europaweite Kooperation ist akzeptierter als die weltweite.[5]

Ein zentraler Grund für die Typisierung sind die zurückliegenden Bedingungen der (politischen) Sozialisation: Ältere Generationen zeigen sich gerade in der Schweiz isolationistischer und betonen vor allem die Differenzierung zwischen wirtschaftlicher und politischer Integration.

Jüngere Generationen ziehen dagegen eher eine umfassende, denn eine sektorielle Beteiligung vor. Politisch ausgedrückt wird diese Typisierung vor allem dadurch, dass die nicht-gouvernementale Rechte eine nicht-institutionelle Kooperation vorzieht, vor allem das liberale, bürgerliche Lager die wirtschaftsbezogene Integration präferiert, und eigentlich nur die Mehrheit der Linken an der starren Unterscheidung von Wirtschaft und Politik nicht mehr festhält.

Gesamthaft gesehen führte die so bestimmte Ausgangslage für die Kommunikation bei der Europa-Frage zur Einschätzung, dass die UNO-Abstimmung (1986) kein Modell abgibt, und eine Integration à la EWR mehr Erfolgschancen haben würde als ein EG- bzw. ein EU-Beitritt (vor allem nach Maastrichter Bedingungen). Umgekehrt wurde klar, dass etwa die Volksabstimmung über den Beitritt und die Mitwirkung der Schweiz an den Bretton-Woods-Institutionen höchstens bedingt als Testlauf gelten konnte.

Planungsstudien ergaben schon früh, dass aufgrund der räumlichen Verteilung der Präferenzen ein positives Ständemehr schwieriger zu erreichen sei als ein Volksmehr.[6] Deshalb konzentrierte sich das Interesse rasch auf entscheidende Kippkantone (Wallis, Tessin, Zürich, Bern, Solothurn und Zug). Ferner ergaben verschiedene Planungsstudien, dass beispielsweise AbsolventInnen einer Berufschule oder die politische Rechte mit Blick auf die Mehrheiten entscheidende Gruppen darstellten.[7] Vor allem in der deutschsprachigen Schweiz kann die Spaltung zwischen einer Eliten-Kultur (die ***integrationsfreundlicher*** denkt) und einer Volks-Kultur, welche weiterhin potentielle ***isolationistisch*** eingestellt ist, als die grösste Gefahr für eine positive Volksmehrheit angesehen werden. Schliesslich ergaben Wertestudien, dass namentlich substantielle oder auch symbolische Änderungen an der direkten Demokratie, aber auch am Förderalismus wegen eines Integrationsschrittes das Nein-Lager stärken müssten. Zwischen der Unterstützung entsprechender Werthaltungen und den Einstellungen zu einem EWR- oder auch EU-Beitritt ergeben sich praktisch keine Übereinstimmungen.[8]

Die ***Begleitstudien zur EWR-Kampagne*** machten zunächst die hohe Abhängigkeit des Prozesses der Meinungsbildung von den politischen Ereignissen sichtbar bzw. deren Bewertung in den politischen, wirtschaftlichen und massenmedialen Eliten.[9] Waren die Reaktionen einheitlich gerichtet, liessen sich Effekte in positiver Richtung nachweisen; waren die Reaktionen dagegen konflikthaft, ergaben sich entweder eine Verstärkung der Verunsicherung oder aber des Nein-Lagers. Vor allem bis im Oktober 1991 gab es (in der deutschssprachigen Schweiz) praktisch keine stabilisierten Haltungen in der europäischen Integrationsfrage. Der Entscheid des Bundesrates im Oktober 1991, den EWR-Vertrag zu akzeptieren, löste mit einer kurzfristigen Zunahme der Befürwortung um 17 Prozentpunkte den grössten Meinungsumschung überhaupt aus.[10] Danach nahm das Ausmass der Veränderungen tendenziell ab, was als Stabilisierung der Haltungen gedeutet werden konnte. Der Spielraum für Veränderungen wurde immer kleiner, vor allem auch unter dem Eindruck einer wachsenden und gefestigten Gegnerschaft.

Für die ***Meinungsbildung*** eher untypisch war, dass mit der Dauer der Kampagne die Bereitschaft zur Teilnahme am Urnengang nicht ab-, sondern zunahm. Dabei zeigte sich, dass vor allem die Thematisierung der inneren Spaltung entlang der Sprachgrenze im Herbst 1992 in der Romandie zu einer verstärkten Mobilisierung von BefürworterInnen führte, während in der deutschsprachigen Schweiz mehr GegnerInnen zur Teilnahme motiviert wurden.[11] Schliesslich machten Studien zum effektiven Stimmverhalten der Unentschiedenen deutlich, dass sie – als Zweifler – eher von der gegnerischen als von der befürwortenden Seite gewonnen werden konnten.[12]

Zur ***Medienwirkung*** liess sich nachweisen, dass vor allem die über eine gewisse Zeit vorherrschenden massenmedialen Stimmungen einflussreicher waren als etwa die dominanten Themen der öffentlichen Debatte als solche. Dabei waren in der vorbereitenden Phase (Mai bis Oktober 1992) die Trends im redaktionellen Teil wichtiger. In der Hauptphase zeigten die klassischen Kampagnengefässe (wie Inserate, Leserbriefe, massenmedial vermittelte oder inszenierte Grossereigenisse) mehr Wirkungen als die allgemeine Kommentierung durch die Medien. In der Schlussphase des Abstimmungskampfes dominierte quantitativ zunächst die Gegnerschaft und konnte erst in drei letzten Wochen ein Gleichstand erzielt werden. Beides blieb nicht ohne Wirkung auf die Stimmabsichten.[13]

Neue ***Phasen der Meinungsbildung*** wurden in der Regel durch markante Wende-Ereignisse eingeleitet, welche der anstehenden Entscheidung eine neue Perspektive gaben,[14] Über die Zeit hinweg zeigte sich tendenziell eine Verlagerung von Wende-Ereignissen, welche durch die Politik selber produziert, durch das Mediensystem aber prominient transponiert wurden, hin zu solchen, welche durch das Medienssystem selber inszeniert worden waren. Insgesamt konnten etwa sieben Wende-Ereignisse identifiziert werden. Durch Replikaitonen gleich angelegter Studien bei anderen Kampagnen zeigte sich, dass dies eine vergleichsweise hohe Zahl ist; bei kürzeren, weniger umstrittenenen und intensiven Meinungsbildungsprozessen sind ein oder weniger Wende-Ereignisse die Regel.[15]

Über die ganze Spanne der Informations- und Überzeugungskampagnen hinweg konnten weder das Fakten-, noch das Zusammenhangswissen in der Europa-Frage namhaft gesteigert werden. Zugenommen hatte allerdings die Involvierung in eine zu Beginn kaum bekannten Materie. Dabei erweis sich der Zusammenhang zwischen Vertrautheit und Stimmabsicht nicht neutral: Wer sich besser informiert fühlte, stimmte auch in verstärktem Masse mit Ja. Dabei war der Zusammenhang nicht einseitig kausal; es bestätigte sich eher die Hypothese, dass jene, die disponierten waren, Ja zu sagen, sich mit der Zeit auch eher als informiert ansahen.[16]

Die nachträgliche ***Evaluierung des Kommunikationsprozesses*** machte zunächst die Abhängigkeit der Meinungsbildung vom Gegenstand und der daraus abgeleite-

ten Kommunikation deutlich. Als nachteilig für die Behörden erwies sich, dass sie zu einem Gegenstand Stellung nahmen, der nicht vor dem öffentlichen Meinungsbildung schon feststand, sondern vielmehr auch das Produkt dieser Entwicklung war. Für die BefürworterInnen erschwerend kam hinzu, dass nicht das Ziel den Weg bestimmte, sondern gelegentlich der Weg zum Ziel wurde.[17] Oder konkreter Ausgedrückt ergaben sich ***drei Hauptergebnisse:***

> ***Hauptergebnis 1:*** Gerade aussenpolitische Volksentscheidungen müssen durch gezielte kommunikative Prozesse der Meinungsführung begleitet sein, um eine positive Wirkung zu zeigen.

In der Westschweiz fand diese vor allem über die Massemedien schon früh statt und konnte durch die tendenzielle Ausgrenzung oppositioneller Stimmen bzw. durch die Polarisierung gegenüber der deutschsprachigen Schweiz weitgehend aufrecht erhalten werden. Diesseits der Sahne verunmöglichte gerade die Ambivalenz der meinungsbildenden Eliten in der Europa-Frage den frühzeitigen Aufbau positiver und stabilisierter Haltungen. Eine wichtige Rolle spielte dabei die Haltung parteipolitisch ungebundener BürgerInnen; in der Romandie waren sie überproprotional für einen Integrationskurs und zeigten sich Bedenken eher noch in gewissen parteipolitischen Milieus. In der deutschsprachigen Schweiz dagegen zeigte sich gerade bei den Ungebundenen einen deutlichere Zurückhaltung.

> ***Hauptergebnis 2:*** Vor allem das Tempo, aber auch die Intensität der Debatte verstärkte als Ganzes eher die Verunsicherung als dass sie half, positive Haltungen aufzubauen.

Vom Kommunikativen her für ein Ja als fehlerhaft erwies sich die weschselnde Vermengung der EWR- mit der EG-Beitrittsfrage sowie die Konzentration der BefürworterInnen auf die institutionelle Logik der Kommunikation, welche vor allem der Willensbildung in den Behörden zu folgen versuchte. Die Gegnerschaft bediente sich nämlich einer populistischen Logik in der Dramaturgie und im Diskurs, die – nach erfolgter Vertragsunterzeichnung – weitgehend unabhängig hiervon die Meinungsbildung vorantrieb.

> ***Hauptergebnis 3:*** Bei geeigneter Kommunikation seitens der BefürworterInnen bzw. vorteilhafteren Umständen für die Entscheidung wäre ein Volks-Ja möglich gewesen, während das Ständemehr wohl auch dannzumal ausgeblieben wäre.

Dies hat auch damit zu tun, dass die regionale Verteilung der Binnen- bzw. Aussenorientierung eine hohe Kostanz aufweist und damit die Möglichkeiten gezielter regionaler Kampagnen bescheiden bleiben. Vielmehr zeigte sich, dass die allgemeinen Veränderungen in einer Sprachregion als Ganzes positive bzw. negative Wirkungen auf die ganze Einheit zeigten.

4. Erstes Fazit zum Stand und zur Verwendung der politischen Kommunikationsforschung

Die aufgeworfene Ambivalenz zwischen «Impertinenz und Kompetenz» trifft ausgehend vom gewählten Fallbeispiel heute weder für die AnbieterInnen noch die NutzerInnen zu: Die Phase der Impertinenz ist sicherlich überwunden, ohne dass das Stadium der Kompetenz schon erreicht wäre.[18]

Auf dem Weg zur kompetenten Produktion von Forschungsergebnissen lässt sich zunächst die Forderung nach weiteren, ähnlich dokumentierten Fallbeispielen wie der EWR fordern. Dies braucht sich keineswegs auf Informations- oder Abstimmungskampagnen zu beschränken, sondern sollte auch die hiervon unabhängige politische Kommunikation spezieller Politiken durch verschiedenste Akteure umfassen. Wie gerade das nachträgliche Beispiel des GATT/WTO-Abkommens zeigt, lassen sich durch den sehr frühen Einsatz von Kommunikationsprozessen Haltungen in einer noch wenig problematischen Phase aufbauen und wenigstens in gewisser Hinsicht stabilisieren.[19]

Mit Blick auf eine forschungsleitende Theorie von Kommunikationsprozesse erweist sich in unserer Einschätzung die Kombination von Erkenntnissen aus der Wahl- und Abstimmungsforschung, welche speziell auf dem Konzept der (subjektiven) Prä-Disposition basieren, mit der Analyse strategisch beabsichtigter bzw. sich situativ ergebender Kommunikationsprozesse als erfolgversprechend.[20] Dagegen blieb der Erklärungswert von Theorie, welche stark auf die Interessenlage abstellten, beschränkt, weil gerade in der wertgeladenen Frage der europäischen Integration eine Reduktion auf rein wirtschaftliche Überlegungen nicht möglich war.[21]

Mit Blick auf eine kompetente Verwendung von Forschungsergebnissen zeigt das vorliegende Beispiel eher eine unterstützende oder auch rechtfertigende, in selteneren Fällen korrigierende Funktion der Forschung, denn eine systematische Nutzung als Führungsinstrument, wie es etwa das politische Marketing definiert.[22] In dieser Hinsicht zeigen sich – generell – staatliche Stellen allerdings weit zurückhaltender als schon stärker professionell agierende Akteure vor allem des Verbandssystems.

Anmerkungen

1 Vgl. etwa Merten K. / Schmidt, S.J. / Weischenberg, S. (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994; für spezifischer Aspekte siehe Langbucher, W.R. (Hg.): Politische Kommunikation. Grundlagen,

Strukturen und Prozesse, Wien 1986; Noelle-Neumann, E. / Schulz, W. / Wilke J. (Hg.): Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main 1989 oder Ronneberger, F. / Rühl M.: Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen 1992.

2 Für den Forschungsstand und hauptsächliche (am Beispiel von Wahlkämpfen) siehe : Holtz-Bacha, C. / Lee Kaid, L. (Hg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Opladen 1993.

3 Für die Ergebnisse zwei anderer, kommunikationswissenschftlicher Forschungsprojekte siehe: Steinmann, M.F.: «Warum scheiterte der EWR?». In: Kommunikator, Frühjahr 1993 sowie Satineau, M. / Hottinger, J.: La Suisse et le EEE. Elements de communication et du comportementes des partis politiques. Lausanne 1993. Für die Evaluierung ausländischer Kommunikationsprozesse in der gleichen Frage siehe Rust, H. (Hg.): Europa-Kampagnen. Wien 1993 bzw. Pelinka, A. (Hg.): EU-Referendum. Zur Praxis direkter Demokratie in Österreich. Wien 1994 und Center for European Policy Studies (Hg.): The Fourth Enlargement. Public Opinion on Membership in the Nordic Candidate Countries. Brüssel 1994.

4 Eien Übersicht gibt Ruffieux, R. / Schachtschneider, A. / Morier-Genoud: La Suisse et son avenir européen. Une analyse des positions suisses face à l'integration de l'Europa. Lausanne 1988; ferner zu spezifischen Aspekten: Frei, D.: «Aussenpolitik im Spiegel der öffentlichen Meinung». In: Schweiz. Jahrbuch für Politische Wissenschaft, 28 (1988); Longchamp, C.: Beitrittsfähig werden, um auch beitreten zu können. Betrachtungen und Analysen zum Europa-bewusstsein der Schweiz. Refarat in der Arbeitsgruppe «Symbole, Bilder und Ideologien» am Jahreskongress der Schweiz. Gesellschaft für Soziologie, Neuenburg, 5. Oktober 1991.

5 Für eine Fortführung entsprechender Analysen siehe: Longchamp, C. / Bühler, S.: Der lange Weg zur aussenpolitischen Öffnung der Schweiz. Hauptergebnisse der Herbstwelle '93 des Europa-Barometer Schweiz mit einem Schwerpunkt zum Verhältnis der Schweiz zur UNO. GfS-Forschungsinstitut: Bern 1993.

6 Longchamp, C.: Fallen Volks- und Ständemehr in der EG-Frage zwangsläufig auseinander? GfS-Forschungsinstitut: Adliswil 1991.

7 Vgl. Spichiger, P.: Die jungen Erwerbstätigen und ihre Einstellungen zur Europa. GfS-Forschungsinstitut: Zürich 1992.

8 Vgl. Linder, W. / Longchamp, C.: Direkte Demokratie und europäische Integration. UNIVOX-Jahresbericht 1991. FSP und GfS: Adliswil 1991.

9 Eine Übersicht gibt Longchamp, C.: Die EWR-Entscheidung – eine Prozessbetrachtung. Hauptergebnisse aus den Europa-Barometer Untersuchungen vor der Abstimmung vom 6. Dezember 1992. GfS-Forschungsinsitut: Bern 1993. Für eine vertiefte Analyse siehe auch: Longchamp, C.: Den Pelz waschen, ohne ihn nass zu machen. Eine sozialwissenschaftliche Analyse der Entscheidung der Schweiz über den Beitritt zum Europäischen Wirtschaftsraum vom 6. Dezember 1992. In: Rust, H.: Europa-Kampagnen. Wien 1993.

10 Vgl. Longchamp, C.: Die Wende. Analyse der EWR/EG-Haltungen in der stimmberechtigten Bevölkerung der Schweiz und im europäischen Vergleich. GfS-Forschungsinstitut: Adliswil 1991.

11 Vgl. Longchamp, C.: Innere Polarisierung als Gefahr. Eine Analyse der EWR-Haltung nach Kantonen und der denkbaren Auswirkungen auf das Ständemehr. GfS-Forschungsinstitut: Bern 1992.

12 Vgl. Kriesi, H. / Longchamp, C. / Sciarini, P. / Passy, F.: Analyse dre idg. Abstimmung vom 6. Dezember 1992 (EWR-Beitritt), VOX-Nr. 49, DSP und GfS: Adliswil 1993.

13 Vgl. Longchamp, C.: Die EWR-Entscheidung – eine Prozessbetrachtung. Hauptergebnisse aus den Europa-Barometer Untersuchungen vor der Abstimmung vom 6. Dezember 1992. GfS-Forschungsinsitut: Bern 1993.

14 Vgl. Rickenbacher, A. / Longchamp, C.: Von Tag zu Tag. Chronik der schweizerischen Entscheidfindung in der EWR-Frage vom 2. Mai bis zum 6. Dezember 1992. GfS-Forschungsinstitut: Bern 1993.

15 Vgl. exemplarisch: Longchamp, C. / Rickenbacher, A.: Die Definitionsschlacht. Analyse der Abstimmungskampagne zum eidg. Urnengang über die Kampfflugzeug- und Waffenplatz-Initiative vom 6. Juni 1993. GfS-Forschungsinstitut: 1993.

16 Vgl. Longchamp, C.: Evaluierung der bundeseigenen EWR-Informationskampagne. Schlussbericht. Integrationsbüro: Bern 1993.

17 Vgl. Koller, A.: Die Schweiz und Europa. Eine integrationspolitische Standortbestimmung. in Europa-Archiv, 13/14 (1993).

18 Vgl. generell: Longchamp, C.: «Herausgeforderte demokratische Öffentlichkeit. Möglichkeiten und Grenzen des politischen Marketings bei Abstimmungen und Wahlen». In: Schweiz. Jahrbuch für politische Wissenschaft, 31 (1991).

19 Vgl. Longchamp, C. / Sciarini, P.: Zeichen einer Neuausrichtung nach dem Nein zum EWR-Beitritt. Bericht zur Europa-Barometer-Befragung. Sommerwelle 1993, mit einem Schwerpunkt zu GATT; Longchamp, C.: Die GATT / WTO-Entscheidung. Eine Zwischenbilanz zur Meinungsbildung und Konfliktstruktur (erscheint demnächst).

20 Vgl. Weibel, E. / Feller, M. (Hg.): Schweizerische Identität und europäische Integration. Bern 1992.

21 Vgl. hierzu exemplarisch: Borner, S. / Brunetti, A. / Straubhaar, T.: Schweiz AG. Vom Sonderfall zum Sanierungsfall? Zürich 1991.

22 Kotler, Ph.: Marketing für Non-Profit-Organisationen, Stuttgart 1978.

Dr. Claude Longchamps ist Direktor des GfS-Forschungsinstituts. Bärenplatz 2, 3001 Bern.