

Inhalt

Vorwort der Herausgeber <i>Christian König, Matthias Stahl, Erich Wiegand</i>	7
Begrüßung durch den Vizepräsidenten des Statistischen Bundesamtes <i>Dieter Sarreither</i>	9
Zur Relevanz der Umfrageforschung als Entscheidungsgrundlage für Politik und Wirtschaft <i>Jürgen Schupp</i>	13
Umfragebasierte Politikberatung – Was kann und soll sie heutzutage leisten? <i>Nico A. Siegel, Gert G. Wagner</i>	23
Wahlforschung – Empirische Forschung im Fokus der Öffentlichkeit <i>Richard Hilmer</i>	37
Kampagnenplanung einer Bundestagswahl – Erfahrungen aus Forschung und Beratung <i>Walter Ruhland</i>	49
Das Auswertungskonzept des Zensus 2011 <i>Michael Bubik, Karsten Lamla</i>	55
Umfrageforschung im Dienst der Evaluation aktiver arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen <i>Holger Bonin</i>	61
Marktforschung zur Markenführung in Zeiten umfassender Digitalisierung <i>Hartmut Scheffler</i>	71
Mediaplanung auf der Grundlage von Umfragedaten <i>Uwe Czaia</i>	85

EU-SILC-Indikatoren – Ein Überblick <i>Boyan Genev</i>	97
Umfragedaten in der Arbeit des BMAS <i>Malte Ristau-Winkler</i>	103
Entscheidungen brauchen orientierendes Wissen – Erfahrungen mit der Umfrageforschung an Beispielen <i>Petra Mackroth</i>	113
Adressen der Referenten und Herausgeber	121