

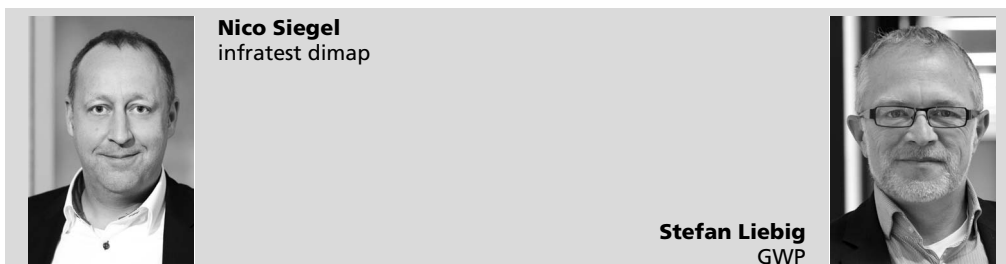
Wahlumfragen und Prognosen

Stefan Liebig (GWP) im Gespräch mit Nico Siegel (infratest dimap)

Im September wird ein neuer Bundestag gewählt. Die diesjährigen drei Landtagswahlen haben gezeigt, dass sich die Stimmung für oder gegen eine Partei schnell ändern kann. Sind solche Stimmungsumschwünge Ausdruck eines grundlegenden Wandels des Wahlverhaltens? Sind die oftmals beträchtlichen Unterschiede zwischen Umfrageergebnissen und dem endgültigen Wahlergebnis Ausdruck eines Versagens der Umfrageinstitute? Darüber sprach GWP mit Dr. Nico Siegel, dem Geschäftsführer von infratest dimap.

GWP: Zunächst grundsätzlich gefragt: Warum finden Meinungsumfragen eine so große Beachtung, nicht nur in Vorwahlzeiten?

Siegel: Zuerst einmal: Politische Meinungsumfragen bedienen ein ganz natürliches Informationsbedürfnis all derjenigen Menschen, die sich für Politik interessieren! Das Interesse an Wahlumfragen ist in der Bevölkerung sehr unterschiedlich ausgeprägt und auch im Zeitverlauf schwankt es. Kurz vor Wahlen wird den Umfragen naturgemäß besonders hohe Beachtung geschenkt, das zeigen auch wissenschaftliche Erhebungen zur Wirkung von politischen Meinungsumfragen. Berufspolitikern kann man ja quasi aufgrund ihrer Berufswahl sehr hohes politisches Interesse unterstellen, ähnliches gilt für Journalisten und Wissenschaftler, die sich intensiv mit Politik beschäftigen. Sie alle, und auch die Bürgerinnen und Bürger mit einem Interesse an Politik, haben das Bedürfnis, zu wissen, wie die Stimmung im Volk zu ganz unterschiedlichen inhaltlichen Fragen ist, aber auch im Hinblick auf das, was sehr häufig in der medialen Aufbereitung im Vordergrund steht, nämlich die sogenannte „Sonntagsfrage“. Mei-



nungsumfragen haben wie jede Nachricht auch einen Einfluss auf den Empfänger, allerdings gibt es keine allgemeine Formel, mit der die Wirkung von veröffentlichten Sonntagsfragen auf die Reaktion der Wahlberechtigten abgeleitet werden könnte. D.h. ob ein veröffentlichtes Ergebnis für eine Partei positive oder negative Konsequenzen hat, ist im Vorhinein nicht absehbar.

GWP: Haben Sie den Eindruck, dass die Bedeutung von Wahlumfragen in den letzten Jahren zugenommen hat?

Siegel: Also auch wenn es sich vielleicht überraschend anhören mag: Wenn ich zurückblicke auf die 60er und 70er Jahre, so würde ich einen deutlichen Anstieg der Sensibilität etwa unter den politischen Eliten gegenüber Meinungsumfragen pauschal so nicht konstatieren. Die Veränderungen in der Medienlandschaft und die technologischen Entwicklungen haben aber dazu geführt, dass die Anzahl der Umfragen und die Taktung von Meinungsumfragen erheblich zugenommen haben. Ob damit auch eine größere politische Bedeutung von Wahlumfragen verbunden ist, ist nicht klar zu beantworten.

GWP: Wie verlässlich sind Umfrageergebnisse und Wahlprognosen?

Siegel: Also erst einmal allgemein gesprochen hängt die Verlässlichkeit von Umfragen, die sich ja dadurch auszeichnen, dass sie in der Realität in Stichproben durchgeführt werden, methodisch vor allem von zwei Gütefaktoren ab: von der Qualität der Stichprobe und der Qualität der Messung. Wir verwenden deshalb, was die Qualität der Messung angeht, methodisch geprüfte Fragen in unseren Befragungen. Es gelten dabei für die Demoskopie ähnliche Qualitätsstandards wie für nichtdemoskopische Umfragen. Dies gilt in gleicher Weise für die Qualität der Stichprobe: Wie groß ist die Stichprobe, wie gut ist sie und wie groß ist der unvermeidliche statistische Fehler?

Was die Sonntagsfrage angeht, so ist für uns ganz wichtig, dass die in den Medien veröffentlichten Zahlen, die wir oder das Politbarometer des ZDF herausgeben, keine Prognosen sind! Das betonen wir und die ARD gebetsmühlenartig. Von Prognose sprechen wir nur am Wahltag und zwar auf Grundlage unserer Exit-Polls, also der Nachwählerhebung. In deren Rahmen befragen wir bei Landtagswahlen in der Regel ca. 20.000 und bei Bundestagswahlen etwa 100.000 Wählerinnen und Wähler direkt nach dem Verlassen des Wahllokals nach ihrer Wahlentscheidung. Die berichten dann über ihr tatsächliches Wahlverhalten an diesem Tag. Diese Wahltagserhebungen bilden das Fundament unserer 18-Uhr-Prognose. Bei den Trendumfragen stellen wir die hypothetische Frage, was die Menschen wählen würden, wenn am nächsten Sonntag Landtags- oder eben Bundestagswahl wäre. In dem Fall versuchen wir, die Stimmung im Wahlvolk möglichst gut abzubilden, aber das sind keine Prognosen, da der Wahlkampf und Entscheidungsprozess vieler Wählerinnen und Wähler erst in der Wahlkabine abgeschlossen ist. Faktisch sind diese Stimmungsmessungen auch nicht überprüfbar – im Gegensatz zu unserer 18-Uhr-Prognose an Wahlsonntagen, deren Güte ja meist schon wenige Stunden später durch das vorläufige amtliche Endergebnis bewertet werden kann und die im Mittel pro Partei weniger als ein Prozentpunkt von diesem Endergebnis abweicht.

GWP: Gerade bei der letzten Präsidentschaftswahl in den USA lagen gerade diese Trenderhebungen aber gerade falsch, was den Ausgang der Wahl angeht. Was sind die möglichen Ursachen dafür?

Siegel: Dazu gibt es mindestens zwei Ansichten: Erstens, die Umfrageergebnisse, gemessen am „popular vote“, waren in der Vorwählerhebung gar nicht so weit weg vom Wahlergebnis auf nationaler Ebene. Hillary Clinton hatte auf nationaler Ebene ja tatsächlich die Mehrheit der Stimmen auf sich vereint. Die zweite Ansicht ist, dass sich ein Teil der amerikanischen Demoskopen versündigt hat, weil er tatsächlich die strikte Trennung zwischen Vorwählerhebung und Prognosen dadurch verwischt hat, dass eben auch prestigeträchtige Surveyinstitute Wahrscheinlichkeitsprognosen über den Wahlausgang abgegeben haben. Und die wurden in prominenten Medien, auch der Qualitätspresse, veröffentlicht und suggerierten in der überwiegenden Mehrzahl, dass Hillary Clinton mit hoher Wahrscheinlichkeit das Rennen machen würde. Das würden wir niemals tun in Deutschland, weil wir eben diese strikte Trennung zwischen Trend-erhebung und Wahltagsbefragung haben. Zudem sollte man in einem Wahlsystem, wie dem der US-Präsidentwahl nicht von relativ kleinen Stichproben auf Bundesebene aus gewagte Ableitungen über die Mehrheitsverhältnisse unter den Wahlfrauen und -männern im electoral college ableiten, da es dafür schlichtweg größere und bessere Stichproben auf Einzel-Staatenebene benötigt hätte, als dies in den meisten Vorwählerhebungen in US- Bundesstaaten der Fall war.

Dass die Anzahl der Wählerinnen und Wähler von Trump tendenziell in der Vorwählerhebung unterschätzt wurde, kann man auf zwei Wegen erklären: Erstens, in den Stichproben waren nicht genügend Trump-Wähler enthalten, weil diese Menschen sich eher seltener an Umfragen beteiligen als etwa die Wählerinnen und Wähler von Hillary Clinton; und zweitens, dass diejenigen, die teilgenommen haben, ihre Wahlabsicht nicht wirklich kundgetan haben, was man gemeinhin als „shy away“-Effekt bezeichnet. Es gibt noch einen dritten Punkt, auf den ich hier hinweisen möchte: Mehr noch als die Parteipräferenz, ist die Frage der Wahlteilnahme anhand einer Vorwählerhebung sehr schwer einzuschätzen und eine kurzfristige Mobilisierung kann ebenso starken Einfluss auf das Wahlergebnis haben, wie eine nicht gelungene Mobilisierung von Potenzialwählern wie im Falle Clintons.

GWP: Kann man diese Tendenz, die eigene Wahlabsicht bei Umfragen nicht kundzutun, auch hier in Deutschland beobachten?

Siegel: Fakt ist, dass der Anteil bestimmter Parteien vor einer Wahl immer wieder niedriger als im Wahlergebnis ist. Welcher der möglichen Gründe hier wesentlich zum Tragen kommt, kann nicht so einfach beantwortet werden. Am ehesten gelingt es, wenn man verschiedene Surveymethoden zeitnah miteinander ins Feld bringt. Das bedeutet: Ein Teil der Befragten wird mit Hilfe von Interviewern z.B. über das Telefon oder persönlich befragt, ein anderer Teil ohne, dass ein Interviewer oder eine Interviewerin anwesend ist – z.B. über eine Online-Erhebung. Man kann dann prüfen, ob etwa Anhänger von rechtsextremen Parteien letztendlich aus Gründen der sozialen Erwünschtheit bei Anwesenheit eines Interviewers – am Telefon oder auch in einer Face to Face-Situation – seltener ihre rechtsextreme Position kundtun als wenn sie alleine am Computer sitzen und den Fragebogen ausfüllen. Die Idee ist dann, dass man über online-Erhebungen versuchen kann, die Anteile rechtsextremer Wählerinnen und Wähler besser zu schätzen als mit herkömmlichen, interviewerbasierten Ansätzen. Das ist aber alles andere als trivial, weil sie als Wahlforscher dann mit Daten aus unterschiedlichen Stichprobenverfahren hantieren müssen. Bei Infratest dimap versuchen wir durch unser kumuliertes Erfahrungswissen und Mode-Tests auch schwerer zu erreichende gesellschaftliche Gruppen möglichst gut abzubilden. Dabei stellen wir durchaus fest, dass man online das Wählerpotenzial von rechtsextremen Parteien et-

was besser abbildet. Aber das sind keine riesigen Welten, die dazwischen liegen. Insgesamt finden wir keine Hinweise dafür, dass ein zunehmender Anteil der Bevölkerung nicht bereit ist, die tatsächliche Wahlabsicht auch annähernd ehrlich preiszugeben.

GWP: Gibt es denn bestimmte Gruppen, die bei beiden Befragungen nicht erreicht werden? Oder welche erreicht man und welche nicht?

Siegel: Im Prinzip ist es bei politischen Meinungsumfragen ganz ähnlich wie bei vielen anderen Umfragen. Die formal besser Gebildeten und am gesellschaftlichen Geschehen stärker Interessierten nehmen tendenziell häufiger an Umfragen teil als etwa die formal bildungsferneren Schichten oder diejenigen aus den unteren Einkommensschichten. Wir haben in Deutschland die glückliche Situation – auch im internationalen Vergleich –, dass wir durch die repräsentative Wahlstatistik und durch unsere Wahltagsbefragungen allerdings Korrekturfaktoren bei der Gewichtung der Daten heranziehen können. Damit können wir diese leider in der Praxis unvermeidbare Verzerrung von Stichproben für Alter, Geschlecht und auch Region wieder korrigieren.

GWP: Wie kommen Sie zu diesen Gewichten? Also was verbirgt sich hinter dem? Immer wenn die Sonntagsfrage im Fernsehen berichtet wird, wird genau auf diese Gewichtung und längerfristige Orientierungen hingewiesen. Was muss man sich darunter vorstellen?

Siegel: Bei unseren Trendumfragen für die ARD muss man zwei Hauptgewichtungsschritte unterscheiden. Der erste ist, dass wir – wie alle umfragebasierten wissenschaftlichen Forschungen – die Stichprobe nach sozialstrukturellen Merkmalen gewichten. Mit anderen Worten ausgedrückt: Wenn auf Basis von anspruchsvollen wissenschaftlichen Surveys etwa die Armutsquote in Deutschland für den Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung berechnet wird, fließen in diese Berechnungen natürlich auch Gewichtungen mit ein und es werden keine Benchmark-Indikatoren auf Basis von Survey-Rohdaten ausgewiesen. Die soziodemografische Gewichtung ist der erste wichtige Schritt, der auch bei uns in die Meinungsumfragen mit einfließt. Zweitens kommt darüber hinaus ein institutseigenes Verfahren zum Einsatz, bei dem wir auf Basis verschiedener Angaben zur politischen Einstellung und zu vergangener Wahlverhalten eine Art politischen Gewichtungsfaktor hinzunehmen, um dadurch etwa bekannte Phänomene, nämlich dass z.B. die Wählerinnen und Wähler von SPD und Grünen tendenziell in der Regel etwas häufiger an Meinungsumfragen teilnehmen, statistisch fundiert zu korrigieren. Das entspricht im Prinzip einer gängigen Praxis in der politischen Meinungsumfrageforschung.

GWP: Stellen denn kurzfristige Wahlentscheidungen, so es denn tatsächlich Veränderungen gibt, und die Zunahme der Briefwahl irgendwelche Probleme für die Wahlforschung dar?

Siegel: Zunächst zur ersten Frage: Die kurzfristige Wahlentscheidung als Problem ansehen, müssten wir nur dann, wenn wir unseren Grundsatz, dass Trendumfragen keine Prognosen sind, aufgeben würden. Das aber würde keinen Sinn machen. Tatsächlich ist zu erwarten, dass mit einer zunehmenden Anzahl von sogenannten Spätentscheidern – also Menschen, die sich in den letzten Tagen vor der Wahl erst entscheiden, ob sie überhaupt zur Wahl gehen und dann welche Partei sie wählen oder erst am Wahltag – die Abweichung der letzten Trenderhebung – z.B. zehn Tage vor der Wahl – vom Endergebnis größer werden müsste. Aber auch das ist kein wirklich genereller Trend, weil sich die Verteilung von Spätentscheidern von Wahl zu Wahl unterschiedlich verhält. Briefwähler definieren im Prinzip für unsere Wahltagsbefragung natür-

lich besondere Herausforderung, weil die per Definition nicht ins Wahllokal gehen und deshalb auch nicht direkt nach dem Urnengang befragt werden können. Auf Basis unserer sogenannten Stimmbezirksstichprobe müssen wir dann Annahmen treffen, wie das Wahlverhalten der Briefwähler sich von den sogenannten Urnenwählern unterscheidet. Dafür fließen verschiedene Erfahrungswerte von früheren Vergleichswahlen und auch aus Vorwählerhebungen ein, wo wir den intendierten Modus der Stimmabgabe auch abfragen und natürlich dann auch kurz nach 18 Uhr die ersten Ergebnisse aus den Briefwahlbezirken für die Hochrechnung.

GWP: Gibt es denn den typischen Briefwähler oder die typische Briefwählerin?

Siegel: Zunächst einmal gibt es regional große Unterschiede: Im Süden geben die Menschen häufiger ihre Stimme per Briefwahl ab als im Norden und dort häufiger als im Osten. Die Neigung zur Briefwahl ist darüber hinaus in Städten tendenziell höher als auf dem Land. Wenn man sich die persönliche Ebene anschaut, dann gibt es zwei typische Briefwähler: die mobilen Jungen und die nicht mehr mobilen Alten. Das zeigt schon wie heterogen sich diese Gruppe zusammensetzt und es darüber hinaus sehr unterschiedliche Gründe gibt: Für den einen ist die Stimmabgabe am Sonntag im Wahllokal objektiv schwierig, im anderen Fall wird die Briefwahl als einfache und angenehme Alternative geschätzt. Hier spielt auch das Wahlrecht eine große Rolle: Ein kompliziertes Wahlrecht mit vielen Stimmen treibt die Wähler weg von den Urnen und – wenn es gut läuft – hin zur Briefwahl.

Schaut man sich das Wahlergebnis der Briefwähler und der Urnenwähler im Vergleich an, so ist der auffälligste Befund, dass der CDU-Anteil unter Briefwählern häufig höher ist, aber dies gilt nicht in allen Bundesländern und nicht bei allen Wahlen. Den typischen Briefwähler per se gibt es also eher nicht.

GWP: Gerade im Nachgang zur Präsidentschaftswahl in den USA ist viel darüber geredet worden, wie über soziale Medien und andere Kanäle Stimmung gemacht werden kann. Gibt es denn für Deutschland Anzeichen, dass dadurch Umfrageergebnisse und letztendlich auch die Wahl selbst beeinflusst werden?

Siegel: Belastbare empirische Beispiele fehlen mir hierfür. Auszuschließen ist es grundsätzlich natürlich nicht, zu Qualität und Quantität des Einflusses liegen meines Wissens aber noch keine wirklich belastbaren Ergebnisse vor.

GWP: Also es ist ja auch die Frage, sozusagen, wie kurzfristig sind solche Wahlentscheidungen?

Siegel: Man muss berücksichtigen, wieviel sind eigentlich wirklich Rezipienten dieser sogenannten Fakenews-Kanäle, und welche Menschen sind das vorrangig? Und: Verstärkt die Rezeption eher bestehende Präferenzen für die eine oder andere Partei oder haben solche Meldungen wirklich das Potenzial Wechsel in der Wahlabsicht auszulösen? Bislang kenne ich hierzu keine belastbaren empirischen Studien. Dieser Zusammenhang ist ja auch höchst komplex. Es kann sein, bei einer bestimmten Anzahl von Menschen ist ein Effekt beobachtbar, aber dann nach zwei Wochen ebbt dieser auch wieder ab, also temporär. Wovor ich aber warnen möchte, sind simple Rückschlüsse! Man muss sich das Elektorat sehr fragmentiert vorstellen. Aber erlauben Sie mir trotz der unsicheren Datenlage eine persönliche Einschätzung: Ich glaube, dass die aktuelle Bedeutung der sozialen Medien in diesem Zusammenhang in Deutschland tendenziell überschätzt wird, aber ich glaube auch, dass die Bedeutung künftig signifikant zunehmen kann.

GWP: Wie gehen private Umfrageinstitute eigentlich mit der Nähe zu ihren Geldgebern, auftraggebende Parteien, um?

Siegel: Da könnte ich jetzt fast zynisch antworten: Sie sollten damit nämlich genauso umgehen, wie nicht-private Umfrageinstitute. Umfrageforscher sind nach einem Ehrenkodex dazu verpflichtet, dass sie nach bestem Wissen und Gewissen arbeiten. Eine Regel sollte gelten – und die haben wir auch immer umgesetzt: Für Infratest dimap gilt: Wir machen keine Beratungsgeschäfte für einzelne politische Parteien. Das war und ist unsere Linie und wird auch so bleiben.

Wir erheben die Daten möglichst neutral und geben Einschätzungen, wie sie ganz wesentlich durch unser Längsschnittwissen auch letztendlich wertvoll werden. Denn durch diese langfristigen Erfahrungen können wir auch bestimmte kurzfristige Veränderungen kontextualisieren, als jetzt Institute, die nur gelegentlich politische Meinungsumfragen machen oder eben noch nicht die Historie „langer Zeitreihen“ haben. Nicht alles in der Politik was neu aussieht, ist auch wirklich neu. Manches ist überwiegend nur anders. Und das können wir natürlich dann auch zeithistorisch anders bewerten.

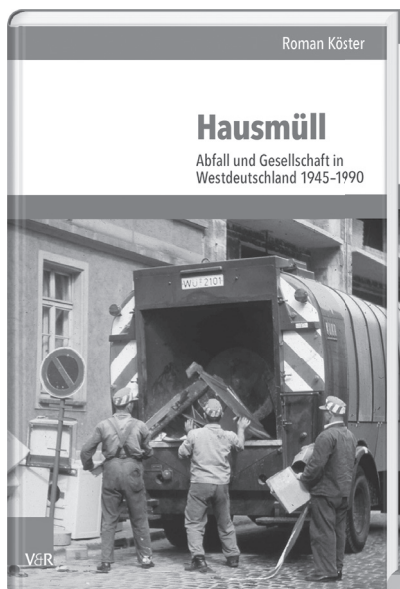
GWP: Sind Sie der Meinung, dass die Umfrageergebnisse vor der Wahl nicht veröffentlicht werden sollten, sollte es gar ein Verbot der Veröffentlichung geben?

Siegel: Keinesfalls! Die gesetzlichen Regelungen, die wir in Deutschland haben, sind aus meiner Sicht und aus unserer Institutssicht völlig ausreichend. Am Wahltag dürfen keine Ergebnisse von Wahltagsbefragungen vor Schließung der Wahllokale veröffentlicht werden. Verboten ist also, dass wir am Sonntag Menschen befragen, wenn sie aus dem Wahllokal kommen und die Ergebnisse während des Wahltags vor 18 Uhr veröffentlichen. Das Feld der Vorwählerhebungen ist gesetzlich nicht reguliert. Damit ist Platz für eine Pluralität von unterschiedlichen Strategien oder Praxen. Das ZDF sendet z.B. noch vier Tage vor einer Wahl die letzten Ergebnisse des Politbarometers. Die ARD und wir verzichten auf Veröffentlichungen in der letzten Woche vor der Wahl, aus verschiedenen Gründen. Andere Medien veröffentlichen noch am Wahltag. Wenn Sie mich als Studenten im ersten Semester Politikwissenschaften 1990/91 gefragt hätten, sollten diese Ergebnisse von Umfragen kurz vor der Wahl verboten werden, hätte ich damals sehr wahrscheinlich und mit dem Brustton der Überzeugung „Ja!“ gesagt, in der Annahme, dass es demokratietheoretisch die eine richtige Position gibt, die besagt, Wählerinnen und Wähler sollen doch möglichst frei von störendem Einfluss, sozusagen als autonome Subjekte, sich ihre eigene Meinung bilden. Heute muss ich sagen, das ist eine viel zu einseitige und verkürzte Vorstellung, wie Meinungsbildungsprozesse bei vielen Bürgerinnen und Bürgern ablaufen. In der heutigen Welt, wo Informationsfreiheit und Informationspflicht auch ein wichtiges Argument ist, sprechen immer weniger Gründe dafür, dass der Gesetzgeber die Veröffentlichung von Vorwahlumfragen kurz vor den Wahlen verbieten sollte. Und trotzdem macht die Regelung, die wir mit der ARD haben, viel Sinn. Mit der letzten veröffentlichten Trendumfrage zehn 10 Tage vor der Wahl liefern wir relativ aktuelle Stimmungswerte und gleichzeitig vermeiden wir den unvermeidbaren Eindruck, dass die letzte Trendumfrage wenige Tage vor der Wahl ohnehin wie eine Prognose gehandelt würde, was sie aber nicht sein kann. Weil zu viele Wählerinnen und Wähler auf der Zielgerade des Wahlkampfes sich erst entscheiden. Mit dem Verzicht auf einen letzten ARD-Trend wenige Tage vor der Wahl vermeiden wir es zudem, taktisches Wählen vor allem bei einem Zweistimmenwahlrecht zu befördern.

GWP: Was sind aus Ihrer Sicht auch für die Zukunft Herausforderungen für die Umfrageinstitute?

Siegel: Ich denke die spannendste Frage, die innerhalb der polling-community im Moment diskutiert wird, ist die Frage nach den Folgen der Digitalisierung und den Möglichkeiten von online-Befragungen für die Qualität von Umfragen. Durch den technologischen Fortschritt haben wir die Möglichkeit, dass zu geringeren Kosten mehr Umfragen produziert werden können. Inflation auf der Anbieterseite und bei den Produkten führt aber auch zu einer Entwertung. Durch diese Transformation, die durch Technologie und die veränderten Spielregeln in der digitalisierten Medienökonomie stattfindet, werden möglicherweise letztendlich auch gute alte Strategien und Möglichkeiten von Qualitätskontrolle für die Branche als Ganzes weniger gut einhaltbar. Also: Entwickelt sich dieser Markt jetzt weiter oder werden alte Strategien, die nachhaltiger sind und die auf besseren Stichproben beruhen, in diesem Markt immer weniger geschätzt, weil sie implizieren, dass nicht ein „immer mehr und immer schneller“ die Maßgabe bei der Messung von politischer Stimmung sein sollte, sondern ein „möglichst gut“?

Der Umgang mit dem Abfallproblem in Westdeutschland



Ausführliche Leseprobe auf
www.v-r.de

Roman Köster

Hausmüll

Abfall und Gesellschaft in Westdeutschland
1945–1990

Umwelt und Gesellschaft, Band 15.

2017. 438 Seiten mit 8 Abb., 24 Diagrammen und 18 Tab.,
gebunden

€ 65,– D

ISBN 978-3-525-31720-4

eBook: € 54,99 D / ISBN 978-3-647-31720-5

Nach dem Zweiten Weltkrieg musste sich die westdeutsche Gesellschaft mit einer bis dahin unbekannten Nebenfolge der Konsumgesellschaft auseinandersetzen: Einer dramatischen, in dieser Form bislang nicht gekannten Steigerung der Abfallmengen. Das brachte in den 1960er Jahren nicht nur die Systeme der städtischen Abfallsammlung an ihre Grenzen, sondern warf vor allem die Frage auf, wie sich der Müll möglichst unschädlich für Mensch und Natur »beseitigen« ließ. Die Studie von Roman Köster beschäftigt sich mit der gesellschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Abfallproblem nach dem Zweiten Weltkrieg. Sie beschreibt die Entstehung eines »neuen« Umweltproblems sowie die politischen, ökonomischen und kommunikativen Strategien, um mit ihm zurechtzukommen.



V&R Academic

Verlagsgruppe Vandenhoeck & Ruprecht | V&R unipress

www.v-r.de