

# Wie das Gallup-Institut die öffentliche Meinung ermittelt

Mit 37 Erfahrungen und Anregungen, die dem  
Politiker und dem Marktforscher nützlich sein können

Von  
**Peter Kaufmann**

2. Auflage



**Emil Oesch Verlag, Thalwil-Zch.**  
Bücher für Wirtschaftsförderung

## **Inhaltsverzeichnis**

Vorwort . . . . .	7
<b>1. Probeabstimmungen in der Öffentlichkeit . . . . .</b>	<b>11</b>
Die 4 Entwicklungsphasen der amerikanischen Probeerhebungen	11
Charakter der Gallup-Befragungen . . . . .	14
Technik der Gallup-Befragungen . . . . .	16
Die übrigen Befragungs-Organisationen . . . . .	19
Resultate . . . . .	20
<b>2. Marktforschung . . . . .</b>	<b>26</b>
Das Wesen der Marktforschung . . . . .	26
Marktforschung und Meinungsbefragung . . . . .	27
<b>3. Meinungsbefragung in der Politik . . . . .</b>	<b>30</b>
<b>4. Was wir aus den Erfahrungen des Gallup-Institutes lernen können</b>	<b>32</b>
Literaturhinweise . . . . .	53