

Einleitung	7
Die Vignettenanalyse im Überblick	10
2.1 Einführung anhand eines Beispiels	10
2.2 Anwendungen der Vignettenanalyse und verwandte Methoden	14
2.3 Was die Vignettenanalyse für Forschende attraktiv macht	24
2.3.1 Soziale Wirklichkeitsnähe	25
2.3.2 Verringerung sozial erwünschten Antwortverhaltens	27
2.4 Wo Forschende mit Problemen konfrontiert sein können	28
Die Erstellung des Experimentellen Designs	30
3.1 Wichtige Begriffe	30
3.1.1 Das Vignettenuniversum	30
3.1.2 Orthogonalität und Balance der Dimensionsausprägungen	34
3.1.3 Haupt- und Interaktionseffekte	36
3.2 Überlegungen zur Wahl der Dimensionen und Ausprägungen	39
3.3 Wege zu einem guten experimentellen Design	42
3.3.1 Vignettenuniversum erstellen und nicht plausible Fälle ausschließen	44
3.3.2 Auswahl einer Teilmenge aus dem Vignettenuniversum	48
3.3.3 Auswahl eines Vignettensets	54
3.4 Zuweisung von Vignetten an Befragte	62
3.5 Interne und externe Validität	63
Die Befragung erstellen und durchführen	65
4.1 Wahl der Befragtenstichprobe und Befragungsdurchführung	65
4.2 Gestaltung des Fragebogens	66
4.2.1 Präsentation der Vignetten	66
4.2.2 Wahl der Messskala	70
4.2.3 Instruktion an Befragte	74
4.2.4 Erhebung persönlicher Informationen der Befragten	75
4.2.5 Integration der Vignetten in den Fragebogen	75
4.3 Durchführung eines Pretest	82

Datenanalyse	84
5.1 Präsentation des verwendeten Datensatzes	84
5.2 Die Datenmatrix	87
5.3 Datenauswertung	89
Die wichtigsten Schritte der Vignettenanalyse im Überblick	98
Ermittlung der Dimensionen und Ausprägungen	98
Erstellung des Designs und Zuweisung der Vignetten an die Befragten	98
Fragebogen: Präsentationsform, Messskala, Instruktionen, Vortesten	99
Datenanalyse	99
Bibliographie	100