

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort

XIII

## I Grundlagen standardisierter Befragungen

<b>1 Einleitung</b>	<b>3</b>
1.1 Übersicht . . . . .	3
1.2 Definitionen . . . . .	3
1.3 Ablauf einer standardisierten Befragung . . . . .	5
1.4 Voraussetzungen für die Durchführung einer Befragung . . . . .	5
1.4.1 Klärung des Projektziels . . . . .	7
1.4.2 Psychologische und soziale Grenzen von Befragungen . . . . .	7
1.4.3 Existenz anderer Datenquellen . . . . .	8
1.4.4 Zeitbedarf standardisierter Befragungen . . . . .	9
1.4.5 Notwendige finanzielle und personelle Ressourcen . . . . .	10
1.5 Survey-Design . . . . .	11
1.6 Zur Debatte um die Standardisierung der Befragung . . . . .	13
1.7 Gütekriterien für die Durchführung standardisierter Befragungen . . . . .	14
1.8 Die Bedeutung standardisierter Befragungen in den Sozialwissenschaften . . . . .	15
1.9 Anstieg der Survey-Literatur . . . . .	17
1.10 Anwendungsmöglichkeiten . . . . .	19
<b>2 Psychologische Grundlagen</b>	<b>21</b>
2.1 Erster Schritt: Verständnis der Frage . . . . .	21
2.1.1 Konversationsmaximen als Hilfen zum Verständnis einer Frage . . . . .	22
2.1.2 Antwortvorgaben als Hilfe bei der Interpretation der Frage . . . . .	23
2.1.3 Abfolge der Fragen als Hilfe bei der Interpretation der Frage . . . . .	25
2.2 Zweiter Schritt: Abruf der Information . . . . .	26
2.2.1 Ursprüngliche Speicherung der Information . . . . .	26
2.2.2 Fehler bei Retrospektivfragen . . . . .	30
2.3 Dritter Schritt: Beurteilung . . . . .	36
2.3.1 Befragtenverhalten als rationales Verhalten . . . . .	36
2.3.2 Satisficing als Spezialfall rationalen Handelns . . . . .	37
2.3.3 Weitere Anwendungen für die Theorie rationaler Handlungswahl . . . . .	43
2.4 Vierter Schritt: Antwort . . . . .	43
2.4.1 Sensitive Fragen und sozial wünschbare Antworten . . . . .	44
2.4.2 Effekte durch die Anwesenheit Dritter . . . . .	45
2.4.3 Nicht-substanzielle Angaben . . . . .	46
2.5 Konsequenzen für die Survey-Planung . . . . .	52

<b>3</b>	<b>Forschungsdesigns mit Befragungen</b>	<b>53</b>
3.1	Unterschiede zwischen Surveys, Beobachtungsstudien und Experimenten . . . . .	53
3.2	Die Verwendung von Surveys für Evaluationsstudien . . . . .	55
3.3	Varianten des Verhältnisses von Surveys zu Experimenten . . . . .	56
3.3.1	Befragungsexperimente . . . . .	56
3.3.2	Echte Experimente innerhalb von Surveys . . . . .	57
3.3.3	Surveys innerhalb von Experimenten . . . . .	57
3.4	Forschungsdesigns mit standardisierten Befragungen . . . . .	58
3.4.1	Querschnitts-Studien . . . . .	58
3.4.2	Trendstudien und replikative Surveys . . . . .	59
3.4.3	Wiederholte, abhängige Surveys: Panelstudien . . . . .	60
3.4.4	Vor- und Nachteile von Panelstudien und replikativen Surveys . . . . .	62
3.4.5	Kombinationen von Panelstudien und replikativen Surveys . . . . .	64
<b>4</b>	<b>Fragen</b>	<b>65</b>
4.1	Frage- und Antwortformulierung . . . . .	65
4.2	Frageformen . . . . .	67
4.3	Formen von Antwortvorgaben . . . . .	67
4.3.1	Offene Fragen . . . . .	69
4.3.2	Probleme bei der Anwendung offener Fragen . . . . .	70
4.4	Geschlossene Fragen . . . . .	73
4.4.1	Dichotome Fragen . . . . .	73
4.4.2	Ungeordnete mehrkategoriale Antwortvorgaben . . . . .	73
4.4.3	Geordnete mehrkategoriale Antwortvorgaben . . . . .	75
4.4.4	Magnitude-Skalen als Antwortkontinuum . . . . .	84
4.5	Hypothetische Fragen . . . . .	84
4.5.1	Hypothetische Fragen zum Gebrauch von Umweltgütern . . . . .	85
4.5.2	Einstellungsfragen zur Verhaltensvorhersage . . . . .	86
4.6	Fragen nach speziellen Inhalten . . . . .	87
4.6.1	Demographische Fragen . . . . .	87
4.6.2	Fragedatenbanken . . . . .	93
4.7	Spezielle Fragetechniken . . . . .	94
4.7.1	Randomized-Response . . . . .	94
4.7.2	Vignetten . . . . .	99
4.7.3	Life-History-Kalender . . . . .	101
4.7.4	„Dependent Interviewing“ . . . . .	102
<b>5</b>	<b>Fragebogen</b>	<b>105</b>
5.1	Länge . . . . .	105
5.2	Anordnung der Frageblöcke . . . . .	108
5.3	Layout . . . . .	110
5.3.1	Empfehlungen für die visuelle Gestaltung von Fragebogen . . . . .	110
5.3.2	Vertikale Anordnung der Antwortmöglichkeiten . . . . .	112
5.3.3	Fragenbatterien (Matrix-Fragen) . . . . .	113
5.3.4	Filterführung . . . . .	115
5.3.5	Lesbarkeit . . . . .	118

5.3.6	Drucktechnische Details . . . . .	119
5.3.7	Überprüfung des Layouts . . . . .	121
5.4	Details der Frankierung und des Versands . . . . .	121
<b>6</b>	<b>Pretests</b> . . . . .	<b>123</b>
6.1	Aufgaben von Pretests . . . . .	123
6.2	Seltenheit ausreichender Pretests . . . . .	125
6.3	Methoden zur Entwicklung und Überprüfung von Fragen . . . . .	127
6.3.1	Qualitative Methoden . . . . .	128
6.3.2	Quantitative Techniken . . . . .	131
6.4	Praktische Durchführung von Pretests . . . . .	142
6.5	Pilot-Studien . . . . .	143
<b>7</b>	<b>Nonresponse</b> . . . . .	<b>145</b>
7.1	Formen von Ausfällen . . . . .	145
7.1.1	Verweigerung . . . . .	145
7.1.2	Erkrankung . . . . .	148
7.1.3	Nichterreichbarkeit . . . . .	148
7.2	Ausschöpfungsrate . . . . .	150
7.2.1	Definitionen der Ausschöpfungsrate . . . . .	151
7.2.2	Entwicklung der Ausschöpfungsraten . . . . .	151
7.3	Ausfälle bei besonderen Zielpopulationen und Befragungsformen . . . . .	154
7.4	Statistische Konsequenzen von Nonresponse . . . . .	159
7.4.1	Ausschöpfungsrate und Bias . . . . .	159
7.4.2	Klassifikation von Ausfallprozessen . . . . .	162
7.4.3	Nonresponse und „Repräsentativität“ . . . . .	163
7.4.4	R-Indikatoren . . . . .	164
7.5	Korrekturverfahren für Nonresponse . . . . .	165
7.6	Umgang mit Nonresponse . . . . .	171
7.6.1	Verbesserung der Feldarbeit . . . . .	171
7.6.2	Statistische Verfahren und Nonresponse . . . . .	173
<b>II</b>	<b>Erhebungsmodi</b>	
<b>8</b>	<b>Persönliche Interviews („Face-to-Face“-Befragungen)</b> . . . . .	<b>177</b>
8.1	Voraussetzungen . . . . .	177
8.2	Soziale Voraussetzungen . . . . .	177
8.2.1	Sprache . . . . .	177
8.2.2	Kulturelle Unterschiede zwischen den Zielgruppen . . . . .	179
8.2.3	Zugänglichkeit . . . . .	180
8.2.4	Konsequenzenlosigkeit der Teilnahme . . . . .	181
8.2.5	Organisationsrahmenbedingungen . . . . .	182
8.2.6	Arbeitsrechtliche Bedingungen . . . . .	183
8.2.7	Datenschutzrechtliche Probleme der Datenerhebung . . . . .	184
8.2.8	Akademische Forschung und kommerzielle Institute . . . . .	189
8.2.9	Durchführungsvoraussetzungen professioneller Erhebungen . . . . .	191
8.2.10	Erhebungen im Rahmen von Qualifikationsarbeiten . . . . .	194

8.3	Auswahlgrundlagen für persönliche Interviews . . . . .	194
8.3.1	Einwohnermeldeamt-Daten als Auswahlgrundlage . . . . .	195
8.3.2	Random-Walk . . . . .	196
8.4	Interviewer-Effekte . . . . .	197
8.4.1	Auswirkungen von Interviewer-Effekten . . . . .	199
8.4.2	Minimierung von Interviewer-Effekten . . . . .	200
8.5	Interviewer-Rekrutierung . . . . .	201
8.5.1	Rekrutierungskriterien und Rekrutierungsstrategien . . . . .	201
8.5.2	Zahl der benötigten Interviewer . . . . .	202
8.5.3	Exkurs: Interviewereffekte und effektive Stichprobengröße . . . . .	202
8.6	Interviewer-Training . . . . .	205
8.6.1	Grundlegendes Training . . . . .	206
8.6.2	Verweigerungs-Reduktions-Training . . . . .	213
8.6.3	Bezahlung . . . . .	216
8.7	Interviewerkontrolle . . . . .	216
8.7.1	Interviewerkontrolle durch externe Daten und Nachbefragungen . . . . .	217
8.7.2	Interviewerkontrolle durch interne Gütekriterien . . . . .	220
8.7.3	Interviewerkontrolle durch elektronische Aufzeichnungen . . . . .	221
8.7.4	Ausmaß von Interviewfälschungen . . . . .	223
8.7.5	Statistische Verfahren zur Entdeckung von Fälschungen . . . . .	225
8.7.6	Konsequenzen gefälschter Interviews . . . . .	226
8.7.7	Exkurs: Verzerrungen durch Fälschungen . . . . .	226
8.7.8	Interviewer-Verhalten und Datenqualität . . . . .	229
8.7.9	Verhinderung von Fälschungen . . . . .	231
8.8	Feldmanagement-Systeme . . . . .	232
<b>9</b>	<b>Postalische Befragungen („Mail-Surveys“)</b> . . . . .	<b>235</b>
9.1	Vor- und Nachteile postalischer Befragungen . . . . .	235
9.1.1	Kosten postalischer Befragungen . . . . .	236
9.1.2	Möglichkeiten der Nutzung von Dokumenten durch die Befragten . . . . .	237
9.2	Besonderheiten der Stichprobenziehung . . . . .	237
9.2.1	Befragungen der allgemeinen Bevölkerung . . . . .	237
9.2.2	Befragung von Spezialpopulationen, für die Register vorhanden sind . . . . .	238
9.2.3	Befragung seltener Populationen . . . . .	238
9.2.4	Undercoverage-Probleme . . . . .	239
9.2.5	Auswahl im Haushalt . . . . .	239
9.3	Besonderheiten des Fragebogens . . . . .	240
9.4	Durchführung von Mailsurveys nach der „Total Design Method“ . . . . .	240
9.4.1	Art und Datierung der Kontakte . . . . .	242
9.4.2	Letzter Kontaktversuch . . . . .	244
9.4.3	Anonymitätsszusicherung . . . . .	244
9.4.4	Rücklaufkontrolle . . . . .	245
9.5	Nonresponse in postalischen Befragungen . . . . .	246
9.5.1	Nonresponse-Mechanismen in postalischen Befragungen . . . . .	246
9.5.2	Ausmaß des Nonresponse bei postalischen Befragungen . . . . .	250

9.6	Fehlervermeidung bei postalischen Befragungen . . . . .	253
9.7	Die Zukunft schriftlicher Befragungen . . . . .	255
<b>10</b>	<b>Telefonische Befragungen</b>	<b>257</b>
10.1	Besonderheiten der Stichprobenziehung . . . . .	257
10.1.1	Probleme der Stichprobenziehung bei Telefonsurveys . . . . .	257
10.1.2	Personen ohne Telefonanschluss . . . . .	261
10.1.3	Nicht eingetragene Telefonnummern . . . . .	261
10.1.4	Personen, die ausschließlich über ein Mobiltelefon verfügen . . . . .	262
10.1.5	Anrufbeantworter und Anrufererkennung . . . . .	266
10.1.6	Auswahl im Haushalt . . . . .	267
10.1.7	Verringerung der Stichprobengröße durch Interviewereffekte . . . . .	269
10.2	Rekrutierung von Telefon-Interviewern . . . . .	270
10.3	Interviewertraining . . . . .	270
10.4	Organisation der Feldarbeit bei CATI-Studien . . . . .	272
10.5	Ergebnis der Feldarbeit . . . . .	273
10.6	Datenprüfung . . . . .	273
10.7	Die Zukunft der telefonischen Befragungen . . . . .	275
<b>11</b>	<b>Web-Surveys</b>	<b>277</b>
11.1	Unterschiede in den Zugangsmöglichkeiten zum Internet . . . . .	277
11.1.1	Ausschluss der älteren Bevölkerung aus Web-Surveys . . . . .	281
11.2	Vorteile internetgestützter Befragungen . . . . .	283
11.3	Formen der internetgestützten Befragung . . . . .	283
11.3.1	Internetgestützte Surveys auf der Basis willkürlicher Auswahlen . . . . .	285
11.3.2	Bias von Web-Surveys . . . . .	288
11.3.3	Internetgestützte Surveys auf der Basis echter Zufallsstichproben . . . . .	289
11.4	Technische Einzelheiten zur Durchführung von Web-Surveys . . . . .	292
11.4.1	Fragebogenkonstruktion für Web-Surveys . . . . .	293
11.4.2	Durchführung von Web-Surveys . . . . .	296
11.4.3	Technische Voraussetzungen zur Durchführung von Web-Surveys . . . . .	296
11.4.4	Durchführung der Feldarbeit . . . . .	298
11.5	Exkurs: Gewichtung von Internet-Surveys . . . . .	299
11.6	Weitere methodische Probleme internetgestützter Befragungen . . . . .	301
11.7	Die Zukunft von Web-Surveys . . . . .	303
<b>12</b>	<b>Wahl des Erhebungsmodus und andere Erhebungsformen</b>	<b>305</b>
12.1	Zur Verfügung stehende Ressourcen . . . . .	305
12.2	Vergleich der Vor- und Nachteile verschiedener Erhebungsmodi . . . . .	306
12.3	Modus-Effekte . . . . .	308
12.4	Mixed-Mode-Surveys . . . . .	310
12.4.1	Formen von Mixed-Mode-Surveys . . . . .	310
12.4.2	Adaptive und responsive Surveydesigns . . . . .	312
12.4.3	Methodische Probleme von Surveys mit mehreren Erhebungsmodi . . . . .	313
12.4.4	Uni-Mode-Design . . . . .	313
12.4.5	Verwendung mehrerer Erhebungsmodi . . . . .	314

12.5	Weitere Befragungsmodusvarianten . . . . .	315
12.6	Ergänzung von Surveys durch Erhebung nicht erfragter Merkmale . . . . .	317
12.6.1	Kontaktprotokolle (Para-Daten) . . . . .	317
12.6.2	Interviewer als Beobachter . . . . .	317
12.6.3	Biologisch relevante Daten . . . . .	317
12.6.4	Geo-Daten . . . . .	318
12.6.5	Record-Linkage . . . . .	319
12.6.6	Nutzung von Dokumenten . . . . .	321
12.6.7	Kontinuierliche Verhaltensmessungen . . . . .	321

### III Anwendungen

<b>13</b>	<b>Panel-Studien</b> . . . . .	<b>325</b>
13.1	Design eines Panels . . . . .	325
13.2	Besonderheiten von Panelstudien . . . . .	326
13.3	Panel-Conditioning . . . . .	327
13.4	Seam-Effekte . . . . .	327
13.5	Nonresponse in Panelstudien . . . . .	329
13.5.1	Ausfälle bei der ersten Welle eines Panels . . . . .	330
13.5.2	Panelbereitschaft . . . . .	330
13.5.3	Ausmaß und Formen der Panel-Attrition . . . . .	331
13.5.4	Panel-Mobilität . . . . .	334
13.5.5	Versterben der Befragten . . . . .	335
13.5.6	Verweigerung der weiteren Teilnahme . . . . .	336
13.5.7	Maßnahmen zur Verringerung der Panelattrition . . . . .	338
13.6	Gewichtung eines Panels . . . . .	343
13.7	Analyse von Panelstudien . . . . .	345
<b>14</b>	<b>Beispiele für besondere Anwendungen</b> . . . . .	<b>347</b>
14.1	Nationale Gesundheitssurveys . . . . .	347
14.2	Viktimisierungssurveys . . . . .	349
14.3	Screening-Interviews zur Suche nach seltenen Populationen . . . . .	353
14.4	Kundenbefragungen . . . . .	355
14.4.1	Benutzerbefragungen in Bibliotheken . . . . .	357
14.4.2	Mitarbeiterbefragungen . . . . .	358
14.4.3	Bürgerbefragungen . . . . .	359
14.5	Wahlprognosen . . . . .	360
14.5.1	Exit-Polls und Pre-Election-Polling . . . . .	360
14.5.2	Methodische Probleme von Wahlprognosen . . . . .	361
14.5.3	Zur tatsächlichen Genauigkeit von Wahlprognosen . . . . .	363
14.5.4	Exkurs: „Demoskopie“ . . . . .	364
14.5.5	Erfolgreiche Prognosen trotz methodischer Probleme? . . . . .	365

<b>15</b>	<b>Surveymethodologie in Deutschland</b>	<b>367</b>
15.1	Das Desinteresse gegenüber der Datenerhebung . . . . .	367
15.2	Das Desinteresse an der Datenerhebung . . . . .	369
15.2.1	Amtliche Statistik . . . . .	369
15.2.2	Kommerzielle Institute . . . . .	372
15.3	Akademische Sozialforschung . . . . .	374
15.3.1	Die Besetzung der Professuren . . . . .	374
15.3.2	Sekundäranalysen statt Primärdatenerhebungen . . . . .	375
15.3.3	Akademische Auftragsforschung für Ministerien . . . . .	375
15.4	Veränderungspotentiale . . . . .	376
<b>16</b>	<b>Schlussbemerkung</b>	<b>377</b>
	<b>Anhang</b>	<b>379</b>
<b>A</b>	<b>Unterauswertung vorhandener Datensätze</b>	<b>381</b>
<b>B</b>	<b>Ermittlung der benötigten Stichprobengröße</b>	<b>383</b>
B.1	Konfidenzintervalle und die Größe der Stichprobe . . . . .	383
B.2	Designeffekte . . . . .	385
B.3	Stichprobengrößen für Vergleiche . . . . .	386
B.4	Beispiel: Veränderung von Arbeitslosenquoten . . . . .	387
<b>C</b>	<b>Das Total-Survey-Error-Modell</b>	<b>389</b>
<b>D</b>	<b>Selbst generierte Codes für Panelstudien</b>	<b>391</b>
D.1	Eine empirische Studie zur Leistungsfähigkeit einfacher Panelcodes . . . . .	391
D.2	Planung von Erhebungen mit selbst generierten Schlüsseln . . . . .	393
D.3	Umgang mit partiell übereinstimmenden Codes . . . . .	394
<b>E</b>	<b>Kontaktprotokolle und Dispositioncodes für F2F-Interviews</b>	<b>395</b>
<b>F</b>	<b>Nonresponsecodes der AAPOR</b>	<b>401</b>
<b>G</b>	<b>Datenschutzmerkblatt</b>	<b>409</b>
<b>H</b>	<b>Zugang zur Forschungsliteratur</b>	<b>411</b>
<b>I</b>	<b>Institutsverträge</b>	<b>413</b>
I.1	Ausschreibung des Projekts . . . . .	413
I.2	Vertragliche Regelungen mit dem Erhebungsinstitut . . . . .	414
I.3	Erhebungsvariablen im Datensatz . . . . .	416
<b>J</b>	<b>Dokumentation der Datenerhebung</b>	<b>419</b>
J.1	Feldbericht . . . . .	419
J.2	Datensicherung und Datenweitergabe . . . . .	421
<b>K</b>	<b>„Think-Aloud“-Instruktionen</b>	<b>423</b>

---

<b>L Software</b>	<b>425</b>
L.1 Projektplanung . . . . .	425
L.2 Projektdokumentation . . . . .	425
L.3 Dokumentation des Fragebogens . . . . .	426
L.4 Datenerhebung . . . . .	427
L.5 Datenerfassung . . . . .	427
L.6 Datensicherung . . . . .	427
L.7 Datenanalyse . . . . .	429
L.8 Publikation . . . . .	429
<b>M Hard- und Software für CATI</b>	<b>431</b>
<b>N Beispiele für Anschreiben einer postalischen Befragung</b>	<b>433</b>
<b>O Mögliche Ursachen für Unterschiede in Survey-Ergebnissen</b>	<b>439</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>443</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>497</b>
<b>Index</b>	<b>501</b>