

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1. Einführung	11
1.1. Ziele quantitativer Sozialforschung	12
1.1.1. Kritisch-rationaler Hintergrund	12
1.1.2. Reichweite und Aussagekraft quantitativer Sozialforschung	16
1.2. Zur Anwendung quantitativer Sozialforschung	18
1.2.1. In der alltäglichen Praxis	18
1.2.2. Auf Makro- und Mikro-Ebene	19
1.2.3. Durch Primär- und Sekundäranalysen	20
1.3. Bausteine empirischer Sozialforschung	21
1.3.1. Hypothesen	22
1.3.2. Theorien	26
1.3.3. Variablen und Indikatoren	28
2. Der Forschungsprozess	33
2.1. Phasen und Arbeitsschritte in der Primäranalyse	35
2.2. Phasen und Arbeitsschritte in der Sekundäranalyse.....	40
3. Messbarmachung der sozialen Welt	47
3.1. Messung von abstrakten Begriffen	47
3.1.1. Konzeptspezifikation und Operationalisierung.....	47
3.1.2. Zwischen Soll und Ist in der Sekundäranalyse	52
3.2. Grundlagen des Messens	54
3.2.1. Skalenniveaus: Nominal-, Ordinal-, Intervall-, Ratioskala.....	56
3.2.2. Die Messung manifester Variablen und latenter Variablen	59
3.3. Index und Skala.....	60
3.3.1. Indexbildung.....	61
3.3.2. Eindimensionale Skalierung: Likert-Skala und Guttman-Skala	63
3.3.3. Mehrdimensionale Messung: Semantisches Differential	67
3.4. Gütekriterien	69
4. Erhebungsplan und Forschungsdesign	73
4.1. Arten von Forschungsdesigns.....	74
4.1.1. Ex-ante-Designs.....	75

4.1.1.1. Echtes Experiment	75
4.1.1.2. Das Quasi-Experiment	80
4.1.2. Ex-post-facto-Designs	83
4.1.2.1. Quer- und Längsschnittdesigns	84
4.1.2.2. Methodologische Probleme	86
4.2. Ansätze der Computational Social Science	89
4.2.1. Prozessproduzierte Daten	90
4.2.2. Probleme der Repräsentativität	92
4.2.3. Verknüpfung von heterogenen Datensätzen	92
5. Auswahlverfahren	95
5.1. Zentrale Begriffe	95
5.2. Zufallsgesteuerte Stichproben	98
5.2.1. Einfache Zufallsauswahl	99
5.2.2. Komplexe Zufallsauswahl	100
5.3. Nicht zufallsgesteuerte Stichproben	104
5.4. Verallgemeinerbarkeit auf die Grundgesamtheit	106
5.5. Rücklauf und Ausschöpfungsquoten	110
6. Primärdaten	113
6.1. Reaktive und nicht-reaktive Methoden	113
6.2. Formen der Befragung	115
6.2.1. Face-to-face Interview	117
6.2.2. Schriftliche Befragung	119
6.2.3. Telefonische Befragung	120
6.2.4. Online-Befragung	122
6.3. Die Fragebogenkonstruktion	124
6.3.1. Kognitionspsychologische Grundlagen des Fragens	126
6.3.2. Der Aufbau eines Fragebogens	128
6.3.3. Fragen und Fragetypen	130
6.3.4. Regeln der Frage- und Antwortformulierung	135
6.3.5. Störfaktoren	138
6.3.6. Der Pretest	140
6.4. Praxistipps für die Durchführung von auftragsbezogenen Erhebungen	142
6.4.1. Exploration und Zugang zum Feld	142
6.4.2. Statistische Grundlageninformationen	144
6.4.3. Organisation und Umsetzung von Erhebungen	145

7. Sekundärdaten	149
7.1. Auswahl wichtiger Surveys	149
7.1.1. Adult Education Survey – AES	150
7.1.2. Austrian Health Interview Survey – ATHIS	152
7.1.3. European Quality of Life Surveys – EQLS	154
7.1.4. European Social Survey – ESS.....	156
7.1.5. European Values Study – EVS.....	158
7.1.6. Mikrozensus	160
7.1.7. Survey of Health, Ageing and Retirement – SHARE	162
7.1.8. European Union Statistics on Income and Living Conditions – EU-SILC.....	164
7.2. Weitere Zugriffspunkte	166
8. Auswertungsverfahren	169
8.1. Datenübertragung und Datenaufbereitung	169
8.2. Univariate Analysen.....	171
8.2.1. Lageparameter und Streuungsmaße	171
8.2.2. Normalverteilungstests	175
8.3. Bivariate Analysen	178
8.3.1. Hypothesenprüfung mit Signifikanztests	179
8.3.1.1. Chi ² -Test	181
8.3.1.2. t-Test	183
8.3.1.3. Varianzanalyse	185
8.3.2. Zusammenhangsmaße	186
8.3.2.1. Assoziations- bzw. Kontingenzmaße	188
8.3.2.2. Korrelationsmaße	189
8.4. Multivariate Analysen	191
8.4.1. Vorbemerkung	191
8.4.2. Lineare Regression	193
8.4.3. Logistische Regression	195
9. Dissemination.....	199
9.1. Dokumentation empirischer Forschungsprojekte	199
9.2. Gliederung von Abschlussarbeiten und Forschungsberichten.....	200
9.3. Darstellung und Interpretation von Forschungsergebnissen.....	202
9.4. Gute wissenschaftliche Praxis	205

10. Anwendungsbeispiele	207
10.1. Gesundheitliche Ungleichheit – Hypothesen und Operationalisierung.....	207
10.2. Studienabbruchsgründe – Indikatoren und explorative Faktorenanalyse.....	213
10.3. Umweltbewusstsein – Abhängige und unabhängige Variablen	217
10.4. Gender Gap im Verhalten von Männern und Frauen – Mittelwerte	221
10.5. Internetshopping – Schwierigkeiten inhaltlicher Interpretationen	223
Literaturverzeichnis	229
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	243
Anhang	245