

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

XIII

I Grundlagen standardisierter Befragungen

1	Einleitung	3
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
2	Psychologische Grundlagen	21
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

3	Forschungsdesigns mit Befragungen	53
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
4	Fragen	65
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
5	Fragebogen	105
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
6	Pretests	123
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
7	Nonresponse	145
7.1	Formen von Ausfällen	145
7.1.1	Verweigerung	145
7.1.2	Erkrankung	148
7.1.3	Nichterreichbarkeit	148
7.2	Ausschöpfungsrates	150
7.2.1	Definitionen der Ausschöpfungsrates	151
7.2.2	Entwicklung der Ausschöpfungsrates	151
7.3	Ausfälle bei besonderen Zielpopulationen und Befragungsformen	154
7.4	Statistische Konsequenzen von Nonresponse	159
7.4.1	Ausschöpfungsrates 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
II	Erhebungsmodi	
8	Persönliche Interviews („Face-to-Face“-Befragungen)	177
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
9	Postalische Befragungen („Mail-Surveys“)	235
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	Anonymitätszusicherung	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
10	Telefonische Befragungen	257
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
11	Web-Surveys	277
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
12	Wahl des Erhebungsmodus und andere Erhebungsformen	305
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

13 Panel-Studien	325
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
14 Beispiele für besondere Anwendungen	347
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

15	Surveymethodologie in Deutschland	367
15.1	Das Desinteresse gegenüber der Datenerhebung	367
15.2	Das Desinteresse an der Datenerhebung	369
15.2.1	Ämtliche 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
16	Schlussbemerkung	377
Anhang		379
A	Unterauswertung vorhandener Datensätze	381
B	Ermittlung der benötigten Stichprobengröße	383
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
C	Das Total-Survey-Error-Modell	389
D	Selbst generierte Codes für Panelstudien	391
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
E	Kontaktprotokolle und Dispositioncodes für F2F-Interviews	395
F	Nonresponsecodes der AAPOR	401
G	Datenschutzmerkblatt	409
H	Zugang zur Forschungsliteratur	411
I	Institutsverträge	413
I.1	Ausschreibung des Projekts	413
I.2	Vertragliche Regelungen mit dem Erhebungsinstitut	414
I.3	Erhebungsvariablen im Datensatz	416
J	Dokumentation der Datenerhebung	419
J.1	Feldbericht	419
J.2	Datensicherung und Datenweitergabe	421
K	„Think-Aloud“-Instruktionen	423

L Software	425
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
M Hard- und Software für CATI	431
N Beispiele für Anschreiben einer postalischen Befragung	433
O Mögliche Ursachen für Unterschiede in Survey-Ergebnissen	439
Literaturverzeichnis	443
Abkürzungsverzeichnis	497
Index	501