

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>13</b>
<b>I Grundlagen standardisierter Befragungen</b>	
<b>1 Einleitung</b>	<b>17</b>
1.1 Übersicht	17
1.2 Definitionen	17
1.3 Ablauf einer standardisierten Befragung	19
1.4 Voraussetzungen für die Durchführung einer Befragung	19
1.4.1 Klärung des Projektziels	21
1.4.2 Psychologische und soziale Grenzen von Befragungen	21
1.4.3 Existenz anderer Datenquellen	22
1.4.4 Zeitbedarf standardisierter Befragungen	23
1.4.5 Notwendige finanzielle und personelle Ressourcen	24
1.5 Survey-Design	25
1.6 Zur Debatte um die Standardisierung der Befragung	26
1.7 Gütekriterien für die Durchführung standardisierter Befragungen	28
1.8 Die Bedeutung standardisierter Befragungen in den Sozialwissenschaften	28
1.9 Anstieg der Survey-Literatur	30
1.10 Anwendungsmöglichkeiten	33
<b>2 Psychologische Grundlagen</b>	<b>35</b>
2.1 Erster Schritt: Verständnis der Frage	35
2.1.1 Konversationsmaximen als Hilfen zum Verständnis einer Frage	36
2.1.2 Antwortvorgaben als Hilfe bei der Interpretation der Frage	37
2.1.3 Abfolge der Fragen als Hilfe bei der Interpretation der Frage	39
2.2 Zweiter Schritt: Abruf der Information	40
2.2.1 Ursprüngliche Speicherung der Information	40
2.2.2 Fehler bei Retrospektivfragen	43
2.3 Dritter Schritt: Beurteilung	49
2.3.1 Befragtenverhalten als rationales Verhalten	50
2.3.2 Satisficing als Spezialfall rationalen Handelns	51
2.3.3 Weitere Anwendungen für die Theorie rationaler Handlungswahl	57
2.4 Viertes Schritt: Antwort	57
2.4.1 Sensitive Fragen und sozial wünschbare Antworten	58
2.4.2 Effekte durch die Anwesenheit Dritter	59
2.4.3 Nicht-substanzielle Angaben	59
2.5 Konsequenzen für die Survey-Planung	65

<b>3</b>	<b>Forschungsdesigns mit Befragungen</b>	<b>67</b>
3.1	<i>Unterschiede zwischen Surveys, Beobachtungsstudien und Experimenten</i>	67
3.2	<i>Die Verwendung von Surveys für Evaluationsstudien</i>	69
3.3	<i>Varianten des Verhältnisses von Surveys zu Experimenten</i>	70
3.3.1	<i>Befragungsexperimente</i>	70
3.3.2	<i>Echte Experimente innerhalb von Surveys</i>	71
3.3.3	<i>Surveys innerhalb von Experimenten</i>	71
3.4	<i>Forschungsdesigns mit standardisierten Befragungen</i>	72
3.4.1	<i>Querschnitts-Studien</i>	72
3.4.2	<i>Trendstudien und replikative Surveys</i>	73
3.4.3	<i>Wiederholte, abhängige Surveys: Panelstudien</i>	74
3.4.4	<i>Vor- und Nachteile von Panelstudien und replikativen Surveys</i>	76
3.4.5	<i>Kombinationen von Panelstudien und replikativen Surveys</i>	77
<b>4</b>	<b>Fragen</b>	<b>79</b>
4.1	<i>Frage- und Antwortformulierung</i>	79
4.2	<i>Frageformen</i>	81
4.3	<i>Formen von Antwortvorgaben</i>	81
4.3.1	<i>Offene Fragen</i>	81
4.3.2	<i>Probleme bei der Anwendung offener Fragen</i>	84
4.4	<i>Geschlossene Fragen</i>	86
4.4.1	<i>Dichotome Fragen</i>	86
4.4.2	<i>Ungeordnete mehrkategoriale Antwortvorgaben</i>	87
4.4.3	<i>Geordnete mehrkategoriale Antwortvorgaben</i>	88
4.4.4	<i>Magnitude-Skalen als Antwortkontinuum</i>	96
4.5	<i>Hypothetische Fragen</i>	97
4.5.1	<i>Hypothetische Fragen zum Gebrauch von Umweltgütern</i>	99
4.5.2	<i>Einstellungsfragen zur Verhaltensvorhersage</i>	99
4.6	<i>Fragen nach speziellen Inhalten</i>	100
4.6.1	<i>Demographische Fragen</i>	101
4.6.2	<i>Fragedatenbanken</i>	106
4.7	<i>Spezielle Fragetechniken</i>	107
4.7.1	<i>Randomized-Response</i>	107
4.7.2	<i>Vignetten</i>	111
4.7.3	<i>Life-History-Kalender</i>	113
4.7.4	<i>„Dependent Interviewing“</i>	114
<b>5</b>	<b>Fragebogen</b>	<b>117</b>
5.1	<i>Länge</i>	117
5.2	<i>Anordnung der Frageblöcke</i>	120
5.3	<i>Layout</i>	122
5.3.1	<i>Empfehlungen für die visuelle Gestaltung von Fragebogen</i>	123
5.3.2	<i>Vertikale Anordnung der Antwortmöglichkeiten</i>	125
5.3.3	<i>Fragenbatterien (Matrix-Fragen)</i>	126
5.3.4	<i>Filterführung</i>	127
5.3.5	<i>Lesbarkeit</i>	130

5.3.6	Drucktechnische Details . . . . .	131
5.3.7	Überprüfung des Layouts . . . . .	133
5.4	Details der Frankierung und des Versands . . . . .	133
<b>6</b>	<b>Pretests</b> . . . . .	<b>135</b>
6.1	Aufgaben von Pretests . . . . .	135
6.2	Seltenheit ausreichender Pretests . . . . .	137
6.3	Methoden zur Entwicklung und Überprüfung von Fragen . . . . .	139
6.3.1	Qualitative Methoden . . . . .	140
6.3.2	Quantitative Techniken . . . . .	143
6.4	Praktische Durchführung von Pretests . . . . .	153
6.5	Pilot-Studien . . . . .	154
<b>7</b>	<b>Nonresponse</b> . . . . .	<b>157</b>
7.1	Formen von Ausfällen . . . . .	157
7.1.1	Verweigerung . . . . .	157
7.1.2	Erkrankung . . . . .	160
7.1.3	Nichterreichbarkeit . . . . .	160
7.2	Ausschöpfungsrate . . . . .	163
7.2.1	Definitionen der Ausschöpfungsrate . . . . .	163
7.2.2	Entwicklung der Ausschöpfungsraten . . . . .	164
7.3	Ausfälle bei besonderen Zielpopulationen und Befragungsformen . . . . .	164
7.4	Statistische Konsequenzen von Nonresponse . . . . .	170
7.4.1	Ausschöpfungsrate und Bias . . . . .	170
7.4.2	Klassifikation von Ausfallprozessen . . . . .	172
7.4.3	Nonresponse und „Repräsentativität“ . . . . .	173
7.4.4	R-Indikatoren . . . . .	173
7.5	Korrekturverfahren für Nonresponse . . . . .	174
7.6	Umgang mit Nonresponse . . . . .	180
7.6.1	Verbesserung der Feldarbeit . . . . .	181
7.6.2	Statistische Verfahren und Nonresponse . . . . .	183
<b>II</b>	<b>Erhebungsmodi</b>	
<b>8</b>	<b>Persönliche Interviews („Face-to-Face“-Befragungen)</b> . . . . .	<b>187</b>
8.1	Voraussetzungen . . . . .	187
8.2	Soziale Voraussetzungen . . . . .	187
8.2.1	Sprache . . . . .	187
8.2.2	Kulturelle Unterschiede zwischen den Zielgruppen . . . . .	189
8.2.3	Zugänglichkeit . . . . .	190
8.2.4	Konsequenzenlosigkeit der Teilnahme . . . . .	191
8.2.5	Organisationsrahmenbedingungen . . . . .	192
8.2.6	Arbeitsrechtliche Bedingungen . . . . .	193
8.2.7	Datenschutzrechtliche Probleme der Datenerhebung . . . . .	194
8.2.8	Akademische Forschung und kommerzielle Institute . . . . .	199
8.2.9	Durchführungsvoraussetzungen professioneller Erhebungen . . . . .	201
8.2.10	Erhebungen im Rahmen von Qualifikationsarbeiten . . . . .	204

8.3	Auswahlgrundlagen für persönliche Interviews . . . . .	204
8.3.1	Einwohnermeldeamt-Daten als Auswahlgrundlage . . . . .	205
8.3.2	Random-Walk . . . . .	206
8.4	Interviewer-Effekte . . . . .	208
8.4.1	Auswirkungen von Interviewer-Effekten . . . . .	209
8.4.2	Minimierung von Interviewer-Effekten . . . . .	210
8.5	Interviewer-Rekrutierung . . . . .	211
8.5.1	Rekrutierungskriterien und Rekrutierungsstrategien . . . . .	211
8.5.2	Zahl der benötigten Interviewer . . . . .	212
8.5.3	Exkurs: Interviewereffekte und effektive Stichprobengröße . . . . .	212
8.6	Interviewer-Training . . . . .	215
8.6.1	Grundlegendes Training . . . . .	217
8.6.2	Verweigerungs-Reduktions-Training . . . . .	223
8.6.3	Bezahlung . . . . .	226
8.7	Interviewerkontrolle . . . . .	227
8.7.1	Ausmaß von Interviewfälschungen . . . . .	229
8.7.2	Verhinderung von Fälschungen . . . . .	233
8.7.3	Statistische Verfahren zur Entdeckung von Fälschungen . . . . .	234
8.7.4	Konsequenzen gefälschter Interviews . . . . .	235
8.7.5	Exkurs: Verzerrungen durch Fälschungen . . . . .	236
8.8	Interviewer-Verhalten und Datenqualität . . . . .	238
8.9	Feldkontrolle bei F2F-Surveys . . . . .	239
8.10	Feldmanagement-Systeme . . . . .	241
<b>9</b>	<b>Postalische Befragungen („Mail-Surveys“)</b> . . . . .	<b>243</b>
9.1	Vor- und Nachteile postalischer Befragungen . . . . .	243
9.1.1	Kosten postalischer Befragungen . . . . .	244
9.1.2	Möglichkeiten der Nutzung von Dokumenten durch die Befragten . . . . .	245
9.2	Besonderheiten der Stichprobenziehung . . . . .	245
9.2.1	Befragungen der allgemeinen Bevölkerung . . . . .	245
9.2.2	Befragung von Spezialpopulationen, für die Register vorhanden sind . . . . .	246
9.2.3	Befragung seltener Populationen . . . . .	246
9.2.4	Undercoverage-Probleme . . . . .	247
9.2.5	Auswahl im Haushalt . . . . .	247
9.3	Besonderheiten des Fragebogens . . . . .	248
9.4	Durchführung von Mailsurveys nach der „Total Design Method“ . . . . .	248
9.4.1	Art und Datierung der Kontakte . . . . .	249
9.4.2	Letzter Kontaktversuch . . . . .	251
9.4.3	Anonymitätszusicherung . . . . .	252
9.4.4	Rücklaufkontrolle . . . . .	253
9.5	Nonresponse in postalischen Befragungen . . . . .	254
9.5.1	Nonresponse-Mechanismen in postalischen Befragungen . . . . .	256
9.5.2	Ausmaß des Nonresponse bei postalischen Befragungen . . . . .	258
9.6	Fehlervermeidung bei postalischen Befragungen . . . . .	259
9.6.1	Checklisten zur Durchführung postalischer Befragungen . . . . .	259

9.6.2	Beispiel für Fehler bei der Durchführung . . . . .	259
9.7	Die Zukunft schriftlicher Befragungen . . . . .	264
<b>10</b>	<b>Telefonische Befragungen</b>	<b>267</b>
10.1	Besonderheiten der Stichprobenziehung . . . . .	267
10.1.1	Probleme der Stichprobenziehung bei Telefonsurveys . . . . .	267
10.1.2	Personen ohne Telefonanschluss . . . . .	271
10.1.3	Nicht eingetragene Telefonnummern . . . . .	272
10.1.4	Personen, die ausschließlich über ein Mobiltelefon verfügen . . . . .	272
10.1.5	Anrufbeantworter und Anrufererkennung . . . . .	275
10.1.6	Auswahl im Haushalt . . . . .	277
10.1.7	Verringerung der Stichprobengröße durch Interviewereffekte . . . . .	279
10.2	Rekrutierung von Telefon-Interviewern . . . . .	279
10.3	Interviewertraining . . . . .	280
10.4	Organisation der Feldarbeit bei CATI-Studien . . . . .	280
10.5	Ergebnis der Feldarbeit . . . . .	283
10.6	Datenprüfung . . . . .	284
10.7	Die Zukunft der telefonischen Befragungen . . . . .	285
<b>11</b>	<b>Web-Surveys</b>	<b>287</b>
11.1	Unterschiede in den Zugangsmöglichkeiten zum Internet . . . . .	287
11.2	Vorteile internetgestützter Befragungen . . . . .	290
11.3	Formen der internetgestützten Befragung . . . . .	291
11.3.1	Internetgestützte Surveys auf der Basis willkürlicher Auswahlen . . . . .	293
11.3.2	Internetgestützte Surveys auf der Basis echter Zufallsstichproben . . . . .	294
11.4	Technische Einzelheiten zur Durchführung von Web-Surveys . . . . .	298
11.4.1	Fragebogenkonstruktion für Web-Surveys . . . . .	298
11.4.2	Durchführung von Web-Surveys . . . . .	301
11.4.3	Technische Voraussetzungen zur Durchführung von Web-Surveys . . . . .	301
11.5	Exkurs: Gewichtung von Internet-Surveys . . . . .	303
11.6	Methodische Probleme internetgestützter Befragungen . . . . .	305
<b>12</b>	<b>Wahl des Erhebungsmodus und andere Erhebungsformen</b>	<b>307</b>
12.1	Zur Verfügung stehende Ressourcen . . . . .	307
12.2	Vergleich der Vor- und Nachteile verschiedener Erhebungsmodi . . . . .	308
12.3	Modus-Effekte . . . . .	310
12.4	Mixed-Mode-Surveys . . . . .	312
12.4.1	Formen von Mixed-Mode-Surveys . . . . .	312
12.4.2	Methodische Probleme von Surveys mit mehreren Erhebungsmodi . . . . .	314
12.4.3	Uni-Mode-Design . . . . .	314
12.4.4	Verwendung mehrerer Erhebungsmodi . . . . .	315
12.5	Weitere Befragungsmodusvarianten . . . . .	316
12.6	Ergänzung von Surveys durch Erhebung nicht erfragter Merkmale . . . . .	318
12.6.1	Kontaktprotokolle (Para-Daten) . . . . .	318
12.6.2	Interviewer als Beobachter . . . . .	318
12.6.3	Biologisch relevante Daten . . . . .	319

12.6.4	Geo-Daten . . . . .	319
12.6.5	Record-Linkage . . . . .	320
12.6.6	Nutzung von Dokumenten . . . . .	321
12.6.7	Kontinuierliche Verhaltensmessungen . . . . .	321
<b>III Anwendungen</b>		
<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 . . . . .	348
14.3	Screening-Interviews zur Suche nach seltenen Populationen . . . . .	351
14.4	Kundenbefragungen . . . . .	353
14.4.1	Benutzerbefragungen in Bibliotheken . . . . .	355
14.4.2	Mitarbeiterbefragungen . . . . .	356
14.4.3	Bürgerbefragungen . . . . .	357
14.5	Wahlprognosen . . . . .	358
14.5.1	Methodische Probleme von Wahlprognosen . . . . .	358
14.5.2	Zur tatsächlichen Genauigkeit von Wahlprognosen . . . . .	360
14.5.3	Exkurs: „Demoskopie“ . . . . .	361
14.5.4	Erfolgreiche Prognosen trotz methodischer Probleme? . . . . .	363
<b>15</b>	<b>Surveymethodologie in der Bundesrepublik</b>	<b>365</b>
15.1	Beispiele für das Desinteresse gegenüber der Datenerhebung . . . . .	365
15.2	Das Desinteresse an der Datenerhebung . . . . .	367
15.2.1	Amtliche Statistik . . . . .	368
15.2.2	Kommerzielle Institute . . . . .	370
15.3	Akademische Sozialforschung . . . . .	373
15.3.1	Die Besetzung der Professuren . . . . .	373
15.3.2	Sekundäranalysen statt Primärdatenerhebungen . . . . .	374
15.3.3	Akademische Auftragsforschung für Ministerien . . . . .	375
15.4	Veränderungspotentiale . . . . .	375

---

<b>16 Schlussbemerkung</b>	<b>377</b>
<b>Anhang</b>	<b>379</b>
<b>A Ermittlung der benötigten Stichprobengröße</b>	<b>381</b>
A.1 Konfidenzintervalle und die Größe der Stichprobe . . . . .	381
A.2 Designeffekte . . . . .	383
A.3 Stichprobengrößen für Vergleiche . . . . .	384
A.4 Beispiel: Veränderung von Arbeitslosenquoten . . . . .	385
<b>B Das Total-Survey-Error-Modell</b>	<b>387</b>
<b>C Selbst generierte Codes für Panelstudien</b>	<b>389</b>
C.1 Eine empirische Studie zur Leistungsfähigkeit einfacher Panelcodes . . . . .	389
C.2 Planung von Erhebungen mit selbst generierten Schlüsseln . . . . .	391
C.3 Umgang mit partiell übereinstimmenden Codes . . . . .	392
<b>D Kontaktprotokolle und Dispositioncodes für F2F-Interviews</b>	<b>393</b>
<b>E Nonresponsecodes der AAPOR</b>	<b>399</b>
<b>F Datenschutzmerkblatt</b>	<b>407</b>
<b>G Zugang zur Forschungsliteratur</b>	<b>409</b>
<b>H Institutsverträge</b>	<b>411</b>
H.1 Ausschreibung des Projekts . . . . .	411
H.2 Vertragliche Regelungen mit dem Erhebungsinstitut . . . . .	412
H.3 Erhebungsvariablen im Datensatz . . . . .	413
<b>I Dokumentation der Datenerhebung</b>	<b>415</b>
I.1 Feldbericht . . . . .	415
I.2 Datensicherung und Datenweitergabe . . . . .	417
<b>J „Think-Aloud“-Instruktionen</b>	<b>419</b>
<b>K Software</b>	<b>421</b>
K.1 Projektplanung . . . . .	421
K.2 Projektdokumentation . . . . .	421
K.3 Dokumentation des Fragebogens . . . . .	422
K.4 Datenerhebung . . . . .	423
K.5 Datenerfassung . . . . .	423
K.6 Datensicherung . . . . .	424
K.7 Datenanalyse . . . . .	425
K.8 Publikation . . . . .	425
<b>L Hard- und Software für CATI</b>	<b>427</b>

<b>M Beispiele für Anschreiben einer postalischen Befragung</b>	<b>429</b>
<b>N Mögliche Ursachen für Unterschiede in Survey-Ergebnissen</b>	<b>435</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>439</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>467</b>
<b>Index</b>	<b>471</b>