

# gesis

Leibniz-Institut  
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal  
Election Study



## **GLES 2009** **Langfrist-Online-Tracking, T8** **(GLES)** ZA5341, Version 2.0.0

*Studienbeschreibung*

## Arbeiten mit GLES Daten

Bei dieser Publikation und dem zugehörigen Datensatz handelt es sich um Daten der German Longitudinal Election Study (GLES), die von GESIS in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung (DGfW) herausgegeben werden. Vor der Veröffentlichung werden die Daten sorgfältig geprüft. Leider kann es trotz gründlicher Überprüfung der Daten passieren, dass Fehler in den Datensätzen unentdeckt bleiben. Fallen diese zu einem späteren Zeitpunkt auf, werden sie dokumentiert (Errata-Liste im Datenbestandskatalog, [www.gesis.org/dbk](http://www.gesis.org/dbk)) und zeitnah behoben.

Um hochqualitative Datensätze zur Verfügung stellen zu können, freuen wir uns über Ihre Mithilfe. Wenn Ihnen bei Ihrer Arbeit mit den GLES-Daten ein Fehler auffällt, helfen Sie uns sehr, wenn Sie eine kurze E-Mail an [gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org) schicken. Bitte schicken Sie uns zusätzlich zu der Beschreibung des Fehlers auch die Studiennummer (ZA-Nummer) sowie die Versionsnummer des Datensatzes.

Wir empfehlen, stets mit der aktuellen Version der GLES-Daten zu arbeiten. Sie können diese unkompliziert über den Datenbestandskatalog herunterladen. Die Links zum direkten Download finden Sie auch auf den Seiten der GLES bei GESIS ([www.gesis.org/gles](http://www.gesis.org/gles)).

## Meldung von Veröffentlichungen

Um einen Überblick über die tatsächliche Nutzung der Daten zu erhalten, bitten wir Sie um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der GLES verwenden (bibliographische Angaben, Studiennummer des verwendeten Datensatzes). Veröffentlichungen, die vollständig oder teilweise auf Daten der GLES beruhen, werden in der offiziellen Bibliographie der GLES aufgeführt. Wenn es sich dabei um Konferenzpapiere o.ä. handelt, die nur schwer zugänglich sind, freuen wir uns über die Überlassung eines Exemplars bzw. eines PDF-Dokuments.

### Kontakt

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften  
Postfach 122155  
68072 Mannheim  
E-Mail: [gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org)

## Zitation bei Veröffentlichungen

Wird in Publikationen auf Daten der GLES zurückgegriffen, bitten wir diese wie folgt zu zitieren:

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weißels, Bernhard; Bieber, Ina; Bytzek, Evelyn; Scherer, Philipp (2015): Langfrist-Online-Tracking, T8 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5341 Datenfile Version 2.0.0, doi:10.4232/1.12221.

## Hintergrund und Zielsetzung

Die German Longitudinal Election Study (GLES) startete mit der Bundestagswahl 2009 und besteht aus elf verschiedenen Komponenten. Als bislang größte deutsche Wahlstudie soll sie die Wählerschaft bei vorerst drei aufeinanderfolgenden Wahlen beobachten und analysieren. Dabei wird angestrebt, das Projekt auch nach der Bundestagswahl 2017 weiterzuführen.

## Online-Tracking der GLEs

Anlässlich der Bundestagswahl 2009 wurden im Rahmen der German Longitudinal Election Study mehrere Online-Trackings, sowohl vor als auch nach der Bundestagswahl, mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzungen, durchgeführt. Die Online-Trackings gehören zur Komponente X/8 und werden auch zwischen den Bundestagswahlen weiterlaufen, wobei jeweils vier Online-Trackings für die Jahre 2010, 2011 und 2012 geplant sind.

Tabelle 1: Die Langfrist-Online-Trackings der GLEs

Welle	Schwerpunkt	Feldbeginn	Feldende
T1	Grundlegende Tests	30. April 2009	05. Mai 2009
T2	Wählen auf mehreren Ebenen	27. Mai 2009	05. Juni 2009
T3	Wirtschaftliche Lage	03. Juli 2009	13. Juli 2009
T4	Koalitionen	31. Juli 2009	11. August 2009
T5	Skalen- und Reihenfolgeexperimente	24. August 2009	01. September 2009
T6	Wahlkampf	18. September 2009	27. September 2009
T7	Nachwahl	29. September 2009	08. Oktober 2009
T7Exp	Experiment zur Bundestagswahl	08. Oktober 2009	25. Oktober 2009
T8	Nachwahl und Netzwerke	10. Dezember 2009	20. Dezember 2009
T9	Wirtschaftliche Lage	15. April 2010	23. April 2010
T10	Wählen auf mehreren Ebenen	24. Juni 2010	05. Juli 2010
T11	Psychologische Konstrukte	16. September 2010	26. September 2010
T12	Positionsisues	09. Dezember 2010	19. Dezember 2010
T12NB	Nachbefragung von Abbrechern	20. Dezember 2010	30. Dezember 2010
T13	Wirtschaftliche Lage	09. März 2011	19. März 2011
T13NB	Nachbefragung von Abbrechern	21. März 2011	30. März 2011
T14	Wählen auf mehreren Ebenen	23. Mai 2011	03. Juni 2011
T14NB	Nachbefragung von Abbrechern	03. Juni 2011	13. Juni 2011
T15	Psychologische Konstrukte	24. August 2011	03. September 2011
T15NB	Nachbefragung von Abbrechern	05. September 2011	14. September 2011
T16	Positionsisues	08. Dezember 2011	18. Dezember 2011

**Studiennummer**

ZA5341 (Version 2.0.0 (2013-xx-xx))

doi: 10.4xxx2/1.10417

**Titel der Studie**

Langfrist-Online-Tracking, T8 (GLES)

**Erhebungszeitraum**

10. Dezember bis 20. Dezember 2009

**Primärforscher/innen**

Prof. Dr. Hans Rattinger (Universität Mannheim)

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher (Universität Frankfurt)

Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck (Universität Mannheim)

PD Dr. Bernhard Weßels (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung)

**Finanzierende Stelle**

Deutsche Forschungsgemeinschaft e.V. (DFG)

**Datenerhebung**

Das Bamberger Centrum für Empirische Studien (BACES) der Otto-Friedrich-Universität Bamberg übernahm die Organisation und Durchführung der Datenerhebung. Zudem fungierte BACES als Schnittstelle zum Online-Access-Panel-Anbieter Respondi AG und übernahm die Programmierung des Fragebogens sowie das Hosting der Onlinebefragung.

## Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit aller Tracking-Studien bildet das von der Respondi AG betriebene Online-Access-Panel. Dieses Panel umfasste 2009 in Deutschland etwa 65.000 aktive Panelisten. Als aktive Panelisten definiert Respondi diejenigen Personen, die nach der (Double-opt-in-)Registrierung die Stammdatenbefragung ausgefüllt haben und in den letzten zwölf Monaten an mindestens einer Umfrage teilgenommen haben.

Tabelle 2: Grundgesamtheit des Respondi-Access-Panels nach soziodemographischen Merkmalen

	Anteil in Prozent
<b>Geschlecht</b>	
Weiblich	54%
Männlich	46%
<b>Bildung</b>	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	14%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	34%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	52%
<b>Altersgruppen</b>	
14-19 Jahre	11%
20-29 Jahre	41%
30-39 Jahre	23%
40-49 Jahre	16%
50-59 Jahre	7%
60 und älter	2%

Die Panelisten werden von Respondi auf unterschiedlichen Wegen rekrutiert. Dies erfolgt überwiegend online, zu einem geringen Anteil aber auch offline. Der wichtigste Weg zur Rekrutierung der Panelisten sind die Respondi-eigenen Online-Meinungsportale (z.B. <http://www.sozioland.de>). Darüber hinaus werden auch Onsite-Befragungen, Suchmaschinen und telefonische Rekrutierung über Partnerinstitute aus der Marktforschung zur Rekrutierung genutzt.

Tabelle 3: Rekrutierungswege bei Respondi

	Anteil in Prozent
Über die Themenportale sozioland/demandi	87%
Über Online-Werbung	5%
Über Onsite-Befragungen	5%
CATI-Rekrutierung	2%
Suchmaschinen	1%

Die Mitglieder des Access-Panels werden von Respondi für die Teilnahme an Befragungen incentiviert. Sie erhalten pro Minute zehn sogenannte Respondi-Punkte (rps), was 2009 ca. 0,10 € entsprach. Ab einer Auszahlungsgrenze von zehn Euro kann der Betrag an den Panelisten ausgezahlt, in Einkaufsgutscheine umgewandelt oder vom Panelisten gespendet werden. Zusätzlich werden zur Panelpflege regelmäßig Verlosungen unter den Panelisten durchgeführt.

Nach eigenen Angaben betreibt Respondi ein wirkungsvolles Qualitätsmanagement. Über ein internes Bewertungssystem wird das Antwortverhalten der Panelisten kontinuierlich beobachtet und gemessen. Gründe für ein Löschen von Panelisten aus der Datenbank sind laut Respondi beispielsweise fehlende

Teilnahme über einen Zeitraum von zwölf Monaten sowie Doppelanmeldung und bewusste Falschangaben bei mehreren Befragungen.

Das Qualitätsmanagement sowie eine maßvolle Einladungsfrequenz sollen dazu beitragen unerwünschter Effekte wie Panel-Verzerrungen oder Professionalisierung der Panelisten zu vermeiden. Ein durchschnittlicher Panelist verweilt 18 Monate im Respondi-Panel. Innerhalb eines Jahres werden ca. 15 Prozent der Panelmitglieder aufgrund von Qualitätskontrollen und Panel-Mortalität aus der Datenbank entfernt.

Die durchschnittliche Teilnahmequote der Panelisten liegt bei einer Umfrage von fünf Feldtagen bei ca. 60 Prozent. Die Teilnahmequote wird von Respondi aus der Anzahl der begonnenen Interviews berechnet, also den beendeten Interviews, Screen-outs (Ausschluss bei Auswahl der zu befragenden Teilnehmer nach Thema), Quota-fulls (Ausschluss auf Grund erfüllter Quoten bei Quotenauswahl) und den abgebrochenen Interviews, die ins Verhältnis zur Gesamtzahl der Einladungen gesetzt werden.

### Auswahlverfahren und Quotierung

Die Stichprobe für das Online-Tracking wurde durch eine Quotenauswahl aus der Grundgesamtheit der im Online-Access-Panel zur Verfügung stehenden Personen generiert. Dabei wurden nur volljährige Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit berücksichtigt. Weiterhin wurde darauf geachtet, dass Panelisten nur einmal jährlich an einer Online-Trackingbefragung teilnehmen können.

Die Teilnehmer des Online-Trackings wurden nach den Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildung quotiert. Um die Quotenvorgaben, welche in Anlehnung an den Mikrozensus und der derzeitigen Internetpopulation gewählt wurden, möglichst genau zu erreichen, wurden die Panelisten in mehreren Stufen eingeladen.

Tabelle 4: Quotierung

Quotierungsmerkmale	Soll in Prozent	Ist* in Prozent (mit Zeitunterschreitem <sup>1</sup> )	Ist* in Prozent (ohne Zeitunterschreiter <sup>1</sup> )	
			Version A	Version B
<b>Geschlecht</b>				
Weiblich	50,0%	50,2%	51,4%	50,7%
Männlich	50,0%	49,8%	48,6%	49,3%
<b>Bildung</b>				
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35,0%	35,9%	34,9%	35,1%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	40,0%	37,4%	37,9%	37,9%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	25,0%	26,7%	27,3%	27,1%
<b>Altersgruppe</b>				
18-29 Jahre	25,0%	23,6%	23,0%	23,5%
30-39 Jahre	20,0%	19,5%	19,1%	19,5%
40-49 Jahre	25,0%	22,2%	23,3%	23,4%
50-59 Jahre	15,0%	17,5%	16,5%	16,3%
60 Jahre und älter	15,0%	17,2%	17,9%	17,4%

\* tatsächliche Verteilung im Datensatz

<sup>1</sup> Definition von Zeitunterschreitem siehe Seite 13.

Bei Feldbeginn wurde zunächst ein Soft-launch mit 100 bis 150 Panelisten vorgenommen. Diese erste Einladungswelle erlaubte, den ordnungsgemäßen technischen Ablauf und die Programmierung abschließend zu überprüfen. Anschließend wurde die eigentliche Einladungswelle (Full-launch) gestartet.

Um den Quotenvorgaben zu genügen, wurden zunächst Personen mit Merkmalskombinationen eingeladen, die vergleichsweise schwer zu erreichen sind (z.B. ältere Personengruppen, Personen mit niedrigen Bildungsabschlüssen). Nach Erreichen der einzelnen Quotenvorgaben wurden nur noch Panelisten zur Teilnahme zugelassen, die zum Auffüllen der noch jeweils offenen Quoten benötigt wurden.

Je nach Bedarf bzw. bei noch offenen Quoten wurden Teilnehmer, welche die Umfrage noch nicht begonnen hatten, nach drei Tagen an die Einladung erinnert und erneut zur Teilnahme aufgefordert.

## Erhebungsverfahren

Online-Befragung mit standardisiertem Fragebogen

## Erhebungssoftware

GlobalPark, EFS Umfragecenter Version 6.0

## Teilnehmer

### Einladung der Panelisten

Die Einladung der Teilnehmer erfolgte durch Respondi mit folgendem Standardtext:

„Hallo (Name des Panelisten),

wir möchten Sie heute gerne zu einer neuen Umfrage einladen. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa 25 - 30 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 150 rps gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), erhalten Sie 10 rps. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann.

Hier geht es zur Befragung: (Link)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben Sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.

Viel Spaß bei der Befragung wünscht

Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team“

Wenn ein Panelist die Einladung annahm, wurde er auf die BACES-Seite weitergeleitet und dort im Namen der Verantwortlichen der GLES-Studie zur eigentlichen Befragung mit folgendem Text eingeladen:

„Herzlich willkommen

Wir freuen uns, dass Sie an unserer Umfrage teilnehmen. Diese Umfrage ist Teil eines deutschlandweiten Projekts zur Untersuchung von Wahlen in Deutschland.

Wir wünschen viel Freude beim Beantworten der Fragen und bedanken uns herzlich für Ihre Teilnahme.

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher und Ina Bieber“

### Erinnerung der Panelisten

Wenn der Befragte innerhalb von drei Tagen nicht an der Studie teilnahm, bekam er einen Reminder mit folgendem Inhalt zugesandt:

„Hallo (Name des Panelisten),

wir haben Sie vor kurzem zu einer neuen respondi-Befragung eingeladen. Falls Sie noch keine Gelegenheit hatten, an dieser Umfrage teilzunehmen, würden wir uns sehr freuen, wenn Sie unsere Einladung heute annehmen würden, da uns Ihre Meinung sehr wichtig ist. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa 25 - 30 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 150 rps gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), erhalten Sie 10 rps. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann.

Hier geht es zur Befragung: (Code)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.

Viel Spaß bei der Befragung wünscht

Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team“

### Teilnehmerstatistik

Die Brutto-Stichprobe für die Online-Befragung wurde von Respondi aus ihrem Access-Panel gezogen. Die ausgewählten Panelisten wurden von Respondi zur Teilnahme eingeladen. Nur ein Teil der eingeladenen Panelisten hat die Einladung angenommen und die Befragung auch begonnen. Die Differenz zwischen begonnenen und beendeten Interviews ergibt sich aus drei Gruppen: Panelisten, die das Interview begannen, aber nicht beendeten, wurden der Kategorie „Abgebrochene Interviews“ zugeordnet. „Ausgescreent“ wurden jene Befragte, bei denen die angegebenen Daten (Alter und Geschlecht) nicht mit den von Respondi erhobenen Stammdaten übereinstimmten. Um den Quotenvorgaben zu genügen, wurden Panelisten mit bestimmten Merkmalen nach Erreichen der

einzelnen Vorgaben von der Teilnahme ausgeschlossen. Die betroffenen Teilnehmer wurden „abgewiesen“.

Innerhalb der Netto-Stichprobe wurden zwei Arten von Zeitunterschreiter identifiziert. Die Definition der Zeitunterschreiter erfolgt weiter unten (S. 13).

Tabelle 5: Teilnahme

<b>Teilnehmerstatistik</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil in Prozent</b>		
Von Respondi eingeladen	5.933	100%		
Interview nicht begonnen	4.130	69,61%		
Interview begonnen	1.803	30,39%	100%	
Abgebrochene Interviews	397		22,02%	
Ausgescreent	106		5,88%	
Abgewiesen	169		9,37%	
Beendete Interviews	1.131		62,73%	100%
Zeitunterschreiter				
Version A	133			11,76%
Version B	104			9,20%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter				
Version A	998			88,24%
Version B	1.027			90,80%

## Statistik über die Rekrutierung

Tabelle 6: Statistik über die Rekrutierung

<b>Datum</b>	<b>Gruppe</b>	<b>N</b>	<b>Geschlecht</b>		<b>Alter</b>					<b>Bildung</b>		
			männlich	weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	niedrig	mittel	hoch
10.12.2009	1 (E)	133	76	57	39	25	29	26	14	58	37	38
11.12.2009	2 (E)	800	587	213	0	0	0	0	800	180	272	348
11.12.2009	3 (E)	1000	491	509	228	198	268	244	62	1000	0	0
13.12.2009	1, 2, 3 (R)	734								734	0	0
14.12.2009	4 (E)	1000	300	700	200	200	310	290	0	1000	0	0
15.12.2009	5 (E)	1000	500	500	170	200	260	370	0	600	400	0
16.12.2009	6 (E)	1000	520	480	378	310	262	50	0	0	500	500
17.12.2009	4, 5, 6 (R)	179	90	89	47	59	73	0	0	0	179	0
17.12.2009	7 (E)	1000	500	500	340	310	350	0	0	0	560	440
18.12.2009	7 (R)	640	345	295	255	204	181	0	0	0	334	306

E: Eingeladen; R: Remindet

## Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 7: Teilnahmestatistik nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunter- schreitern*		Version A		Version B	
	relativ	absolut	relativ	absolut	relativ	absolut	relativ	absolut
Do 10.12.2009	1,11%	20	1,24%	14	1,20%	12	1,07%	11
Fr 11.12.2009	17,64%	318	19,98%	226	20,94%	209	20,74%	213
Sa 12.12.2009	5,88%	106	7,16%	81	7,52%	75	7,50%	77
So 13.12.2009	4,55%	82	2,92%	33	2,40%	24	2,53%	26
Mo 14.12.2009	11,98%	216	11,14%	126	10,62%	106	11,00%	113
Di 15.12.2009	13,81%	249	13,35%	151	13,33%	133	13,15%	135
Mi 16.12.2009	18,75%	338	20,25%	229	19,64%	196	19,77%	203
Do 17.12.2009	13,48%	243	12,82%	145	12,93%	129	12,95%	133
Fr 18.12.2009	6,99%	126	6,81%	77	6,91%	69	6,82%	70
Sa 19.12.2009	3,27%	59	2,83%	32	2,91%	29	2,82%	29
So 20.10.2009	2,55%	46	1,50%	17	1,60%	16	1,66%	17
<b>Gesamt</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.803</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.131</b>	<b>100,00%</b>	<b>998</b>	<b>100,00 %</b>	<b>1.027</b>

\* Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 13.

## Zeitunterschreiter

Aufgrund der fehlenden Kontrolle der Befragten durch einen Interviewer in Online-Erhebungen und der besonderen Anreiz- und Belohnungsstruktur durch Respondi-Punkte sind die Online-Trackings der GLES mit dem Problem zu schneller Antwortzeiten („Zeitunterschreitung“) konfrontiert. Zeitunterschreitung bedeutet, dass einige Befragte die Umfrage deutlich schneller abschließen als der Großteil der Teilnehmer. Ein schneller Abschluss der Befragung ist noch kein Problem per se, da es aufgrund bestimmter sozialstruktureller und persönlicher Merkmale (z.B. Bildung, Alter, Intelligenz, Reaktionsgeschwindigkeit) deutliche Unterschiede in der Beantwortungsdauer zwischen Befragten geben kann. Dennoch ist davon auszugehen, dass bei einer deutlichen Unterschreitung der mittleren Befragungsdauer die Interviewqualität leidet, weil die Befragten weniger substantielle Antworten abgeben und häufiger keine Angabe oder „weiß nicht“-Nennungen machen.

In der Fachliteratur gibt es keine etablierten Standards für die Identifikation von Zeitunterschreitern. In der Regel beziehen die Maße für deren Identifikation den Median bzw. Mittelwert der Verteilung und die Streuung mit ein und wählen auf dieser Basis ein Abschneidekriterium, das nicht unterschritten (teilweise auch zusätzlich nicht überschritten) werden darf (vgl. ausführlich Mayerl, Jochen/ Urban, Dieter 2008: Antwortreaktionszeiten in Survey-Analysen. Messung, Auswertung und Anwendungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 58ff.). Diese Befragten werden dann entweder aus dem Datensatz ausgeschlossen oder durch Markervariablen gekennzeichnet.

Im Rahmen des achten Online-Tracking der GLES wurden zwei Arten von Zeitunterschreitern identifiziert. Als Zeitunterschreiter der Version A gelten solche Befragte, deren Bearbeitungsdauer weniger als 60 Prozent des Median der Gesamtbefragungsdauer aller Teilnehmer (ohne Personen, die das Interview unterbrechen) aufwies. Diese werden durch die Markervariable *status* "Zeitunterschreiter nach 60 Prozent-Regel (Version A)" gekennzeichnet.

Für die Identifikation der Zeitunterschreiter der Version B wurde ein weiterer Index zur „Qualitätsmessung“ gebildet. Dieser Index gibt Auskunft über die durchschnittliche Bearbeitungszeit

je Befragungsseite. Anschließend wurde für jede Seite getrennt ermittelt, wo sich bezüglich der Bearbeitungsdauer der Median aller Befragungsteilnehmer befindet.

Die individuelle Bearbeitungsdauer wurde mit der durchschnittlichen Bearbeitungsdauer der gesamten Stichprobe in Beziehung gesetzt. Diese Beziehung wird durch eine Zahl ausgedrückt, die in der Variable *quality* festgehalten wurde. Beispielsweise bedeutet ein Wert von 0,5, dass der entsprechende Befragte exakt die durchschnittliche Zeit zur Bearbeitung der Fragebogenseiten benötigt hat. Bei einem Wert von 0,25 hat der Befragte halb so lange wie der Durchschnitt zur Bearbeitung benötigt. Teilnehmer, die einen niedrigeren Wert als 0,2 erreichten, wurden als Zeitunterschreiter der Version B identifiziert. Diese werden durch die Markervariable *status1* "Zeitunterschreiter nach 0,2 quality-Regel (Version B)" gekennzeichnet.

## Bearbeitungsdauer

Tabelle 8: Bearbeitungsdauer

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Befragungsdauer	Maximale Befragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
mit Zeitunterschreitern*	1131	00:03:02	01:44:41	00:27:37	00:25:54
ohne Zeitunterschreiter*					
Version A	998	00:16:10	1:44:41	00:29:42	00:27:44
Version B	1027	00:12:28	1:44:41	00:29:09	00:27:22

\* Personen, die das Interview unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt haben, werden in der Statistik nicht ausgewiesen.

## Datensatz

Versionsnummer: 2.0.0

Datei: ZA5341\_v2-0-0.sav (SPSS); ZA5341\_v2-0-0.dta (STATA)

Tabelle 9: Variablen

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	319
Zeitvariablen	278
Systemvariablen	19
<b>Gesamt</b>	<b>616</b>

## Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 10: Übersicht über die inhaltlichen Variablen

Kürzel	Variable
v_01	Geschlecht
v_02	Geburtsjahr
v_03	Schulbildung
v_04	Bundesland
A01	Politisches Interesse
A02	Demokratiezufriedenheit
T7_02	Politisches Wissen: Erst-/Zweitstimme
T7_02a	Politisches Wissen: Erst-/Zweitstimme: richtig/falsch
A07_a	Wahlbeteiligungsabsicht
A08a_a	Beabsichtigte Stimmabgabe: Erststimme
A08b_a	Beabsichtigte Stimmabgabe: Zweitstimme
A08c_a	Hypothetische Stimmabgabe
A56_a_c1-3	Gründe für Wahlentscheidung
A03_c1-5	Wichtigstes Problem
A04	Lösungskompetenz: Wichtigstes Problem
A05_c1-4	Zweitwichtigstes Problem
A06	Lösungskompetenz: Zweitwichtigstes Problem
A12a-f	Skalometer Parteien
A27a-1_a	Skalometer Politiker
T08_001a-i	Bundesministerien, Wissen
T08_003	Koalitionsverhandlungen, Bewertung
T08_016	Koalitionsvertrag
A13_a	Skalometer Regierung
A14a-c_a	Leistung Regierungsparteien
T08_004	Leistungen, Regierung, Wirtschaftspolitik
T08_015	Regierung, gelungen
A15a-c	Leistung Oppositionsparteien
T08_005	Skalometer, letzte Regierung
T08_006a-c	Leistungen, letzte Regierung, Parteien
T08_007	Leistungen, letzte Regierung, Wirtschaftspolitik
A32a-f	Links-Rechts-Einstufung Parteien
A33	Links-Rechts-Selbsteinstufung
A16a-j_b	Skalometer Koalitionen
A19	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv
A20_a	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv, Verantwortlichkeit
A19_nf	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv (kurzfristig)
A20_nf	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv (kurzfristig), Verantwortlichkeit
A21	Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell
A22	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv
T08_009	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv, Verantwortlichkeit
C05a-f_a	Sozioökonomische Dimension, Parteien

---

C05g_a	Sozioökonomische Dimension, Ego
C05i_a	Sozioökonomische Dimension, Salienz
C06a-f	Kernenergie, Parteien
C06g	Kernenergie, Ego
C06i	Kernenergie, Salienz
T08_013	Lebenszufriedenheit
L59	Vertrauen
W42a-f	Gerechtigkeit
B05a-f	libertär-autoritäre Dimension, Parteien
B05g	libertär-autoritäre Dimension, Ego
B05i	libertär-autoritäre Dimension, Salienz
A48	Regierung, Unterschiede
A49	Parteien, Unterschiede
A23	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
A24_a	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv, Verantwortlichkeit
A23_nf	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv (kurzfristig)
A24_nf	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv (kurzfristig), Verantwortlichkeit
A25	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
A26	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv
T08_012	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv, Verantwortlichkeit
T7_03	Recall - Wahlteilnahme, BTW 2009
T7_04a	Recall - Wahlentscheidung, BTW 2009: Erststimme
T7_04b	Recall - Wahlentscheidung, BTW 2009: Zweitstimme
T7_07a	Recall - hypothetische Wahlentscheidung, BTW 2009: Erststimme
T7_07b	Recall - hypothetische Wahlentscheidung, BTW 2009: Zweitstimme
T7_14	Zufriedenheit Wahlausgang
T7_15a-f	Wahlergebnis: Gewinner und Verlierer
T08_008	Wahlentscheidung, Wahlergebnis bekannt
T08_002a-i	Bundesministerien, Bewertung
T08_014	Rücktritt, Jung
K23	Große Koalition: Problemlösungsfähigkeit
T08_010	Problemlösungskompetenz I: Schwarz-Gelb (prospektiv)
T7_25a-g	Problemlösungskompetenz II: Schwarz-Gelb (prospektiv)
B21b	Politisches Wissen, 5%-Klausel-leicht
B21ba	Politisches Wissen, 5%-Klausel-leicht: richtig/falsch
L06a	Recall, Land: Baden-Württemberg
L06b	Recall, Land: Bayern
L06c	Recall, Land: Berlin
L06d	Recall, Land: Brandenburg
L06e	Recall, Land: Bremen
L06f	Recall, Land: Hamburg
L06g	Recall, Land: Hessen
L06h	Recall, Land: Mecklenburg-Vorpommern
L06i	Recall, Land: Niedersachsen
L06j	Recall, Land: Nordrhein-Westfalen
L06k	Recall, Land: Rheinland-Pfalz
L06l	Recall, Land: Saarland

---

---

L06m	Recall, Land: Sachsen
L06n	Recall, Land: Sachsen-Anhalt
L06o	Recall, Land: Schleswig-Holstein
L06p	Recall, Land: Thüringen
A31	Wichtigste Informationsquelle
B23a-h	Printmediennutzung, politisch
T08_011a-d	Printmediennutzung, politisch, Wochenzeitschriften
B24a-e	Fernsehnutzung, Nachrichten
A34	Internetnutzung, politisch
A34aa-e_c	Politische Internetseiten
T6_009a-h	Social Networks, Nutzung
T6_010a-h_a	Social Networks: Beiträge über Politik
T6_012a-h_a	Social Networks: Eigene Beiträge
A30	Gespräche über Politik
A30a	Gesprächspartner 1, Beziehung
A30b	Gesprächspartner 1, Intensität
A30c	Gesprächspartner 1, Verständnis von Politik
A30d	Gesprächspartner 1, Meinungsverschiedenheit
A30e_a	Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung
T6_036_a	Weitere Gesprächspartner
T6_037a	Gesprächspartner 2, Beziehung, eine Person
T6_037b_a	Gesprächspartner 2, Beziehung, mehrere Personen
T6_038_a	Gesprächspartner 2, Intensität
T6_039	Gesprächspartner 2, Verständnis von Politik
T6_040	Gesprächspartner 2, Meinungsverschiedenheit
T6_041	Gesprächspartner 2, Wahlentscheidung
T6_042	Gespräche Partner
T6_043	Gespräche Partner, Intensität
T6_044	Gespräche Partner, Verständnis von Politik
T6_045	Gespräche Partner, Meinungsverschiedenheiten
T6_046	Gespräche Partner, Wahlentscheidung
A36	Parteiidentifikation
A37	Parteiidentifikation, Stärke
A38	Parteiidentifikation, Dauer
A39a-l	Organisationsmitgliedschaft
A52	Familienstand
A54	Haushaltsgröße
A55	Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre
A50	Erwerbstätigkeit
A53	Beruf
A58	Erwerbstätigkeit früher
A53a	Beruf, damals/früher
A40	Beschäftigungssektor
A40a	Beschäftigungssektor, damals/früher
A41	Angst vor Stellenverlust
A42	Religionszugehörigkeit
kirchg	Kirchgangshäufigkeit

---

---

A44	Schichtzugehörigkeit, subjektiv
A43	Deutsche Staatsbürgerschaft seit Geburt
A43a	Deutsche Staatsbürgerschaft, seit wann
A45	Geburtsland
A46a	Geburtsland, Mutter
A46b	Geburtsland, Vater
A47_a	Haushaltseinkommen
wahlkreis	Bundestagswahlkreis

---

Des Weiteren wurde dem Datensatz die Variable *wahlkreis* zugespielt. Zur Bestimmung der Wahlkreise der Respondenten, wurde die Postleitzahl des Wohnortes der Befragten erhoben. Auf dieser Grundlage wurde ein Abgleich der Postleitzahlen mit der Datenbank der Deutschen Post vorgenommen, um so nicht existierende Postleitzahlen auszusortieren. Anschließend wurden die Postleitzahlen mit Hilfe der Datenbank des Bundeswahlleiters und der Online-Datenbank des Deutschen Bundestages (<http://www.bundestag.de/bundestag/abgeordnete17/index.jsp>) den einzelnen Wahlkreisen zugeordnet.

In 15 von 1.131 Fällen (1,33 Prozent) geben die Postleitzahlen keine genaue Auskunft über den Wahlkreis, da die Wahlkreise nicht mit den Postleitzahlbezirken identisch sind. In diesen Fällen wurde der Wert 997 (nicht zuzuordnen) vergeben.

## Hinweise zu den Zeitvariablen

In diesem Datensatz finden sich zwei Varianten von Zeitvariablen zur Analyse der Antwortzeiten. Die erste Variante von Variablen, die mit *t\_Variablenname* (Beispiel: *t\_A01*) benannt sind, geben die Antwortzeit des Befragten auf einer konkreten (Bildschirm-)Seite der Befragung wieder. In der Befragung gab es Seiten, die nur eine Frage umfassten sowie auch Seiten, auf denen mehrere Variablen abgefragt wurden.

Die Zeitvariablen mit der Bezeichnung *tZahl\_Variablenname* (Beispiel: *t3\_A01*) geben die kumulierte Zeit an, die der Befragte gebraucht hat, um zu einer bestimmten Stelle der Befragung zu kommen.

Die Variable *duration* („Bearbeitungsdauer“) misst die Zeit, die der Befragte für das gesamte Interview gebraucht hat. Bei den kumulierten Zeitangaben können ungewöhnlich hohe Werte vorkommen. Dies liegt an der verwendeten Umfragesoftware, welche bei der Zeiterfassung mit unterbrochenen und wieder angefangenen Interviews Probleme hatte. Bei der Interpretation der Zeitvariablen sollte folglich große Sorgfalt zu Grunde gelegt werden.

## Codierung von halboffenen Fragen

Halboffene Fragen liegen im Datensatz in der Regel in 2 verschiedenen Variablen vor. Die Versionen sind mit den Großbuchstaben A, B, C und D gekennzeichnet. Die jeweiligen Versionen beinhalten folgende Kategorien:

*Version A:* Vorgegebene Antwortkategorien + Gesamtzahl der „anderen“. Diese Variable kann auch Recodierungen enthalten. Wird in der offenen Abfrage (z.B. "andere Partei, und zwar") eine Antwort genannt, die den vorgegebenen Antwortkategorien entspricht, so wird diese nachträglich jener Antwortkategorie zugeordnet. Wird in der offenen Abfrage etwas inhaltlich nicht Interpretierbares eingetragen, so wird dies nachträglich als "sonstige Nennung" recodiert.

*Version B:* Vorgegebene Antwortkategorien + alle Nennungen der 1. Codierung der offenen Nennungen. Diese Variable enthält neben den oben genannten noch weitere Recodierungen, etwa "weiß nicht", "sonstige Nennung" und weitere.

## Codierung der Parteien

Die Codierung der politischen Parteien erfolgte bei allen Fragen, die eine geschlossene oder offene Abfrage zu politischen Parteien beinhaltete, nach dem gleichen Codierschema. In diesem Codierschema wurde sowohl ein Code für die Unionsparteien als auch zusätzlich Codes für die beiden Schwesterparteien CDU und CSU vergeben. Die Codes der politischen Parteien sind aus der folgenden Tabelle ersichtlich. Das Codierschema Parteienliste ist unter [www.gesis.org/gles](http://www.gesis.org/gles) abrufbar.

## Gewichtung

Die Erhebung basiert auf einer Personenstichprobe, die aus einem Befragtenpool (Online-Access-Panel von Respondi) gezogen wurde.

Die Daten enthalten sechs Gewichtungsvariablen ...

- für alle Fälle:
  - gew1\_t8: Gewichtung Welle T8: Anpassung an Mikrozensus
  - gew2\_t8: Gewichtung Welle T8: Anpassung an Onliner
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version A:
  - gew1\_t8\_v1: Gewichtung Welle T8: Anpassung an den Mikrozensus
  - gew2\_t8\_v1: Gewichtung Welle T8: Anpassung an Onliner
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version B:
  - gew1\_t8\_v2: Gewichtung Welle T8: Anpassung an den Mikrozensus
  - gew2\_t8\_v2: Gewichtung Welle T8: Anpassung an Onliner

Für die Erstellung der Gewichtungsfaktoren werden die Ist-Randverteilungen der verwendeten Gewichtungsmerkmale (Alter, Geschlecht, Bildung, Ost-West) iterativ an vorgegebene Sollwerte angepasst. Für die Gewichtungsprozedur, die im Regelfall bereits nach wenigen Durchläufen konvergiert, wurden dabei folgende Sollwerte verwendet:

- Scientific Use File 2006 (Daten des Mikrozensus 2006)
- (N)Onliner-Atlas 2008 (Initiative 21)

Die Gewichtungsvariablen haben folgende Ausprägungen:

- Alter: 1 (18-29), 2 (30-39), 3 (40-49), 4 (50-59), 5 (60+)
- Geschlecht: 1 (männlich), 2 (weiblich)
- formale Bildung: 1 (niedrig), 2 (mittel), 3 (hoch); Befragte ohne Schulabschluss bekommen den Gewichtungsfaktor 1, da diese Gruppe überwiegend junge Befragte (noch) ohne Abschluss umfasst, die den einzelnen Bildungsgruppen nicht ohne weitere Annahmen zuzuordnen sind.
- Ost-West: 1 (neue Bundesländer inkl. Berlin, da eine Trennung von Ost- und Westberlin mit den vorliegenden Daten nicht möglich ist), 2 (alte Bundesländer)

## Unveröffentlichte Variablen

Aus datenschutzrechtlichen Gründen können nicht alle erhobenen Variablen zum freien Download zur Verfügung gestellt werden. Generell müssen frei verfügbare Datensätze so aufgebaut sein, dass ein

„unverhältnismäßiger Aufwand“ zur De-Anonymisierung betrieben werden müsste. Das heißt, die Datensätze müssen „faktisch anonym“ sein. Um dies zu gewährleisten, wurden einige wenige Variablen aus den Datensätzen entfernt bzw. Ausprägungen zusammengefasst.

Bei der Durchführung von Online-Umfragen werden Variablen erhoben bzw. an GESIS übermittelt, die für die Durchführung der Online-Umfrage relevant sind, aber keine inhaltliche Aussagekraft haben. Diese werden, um die Datensätze nicht unnötig aufzublähen, nicht mit veröffentlicht, können aber bei Bedarf von GESIS ([gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org)) ohne Restriktionen erhalten werden.

### Übersicht über nicht veröffentlichte Variablen und die Bezugsmöglichkeit

Variable	Bezugsmöglichkeit
Codelink (Befragungslink)	auf Anfrage erhältlich
Invitation Code (Einladungsinformationen)	auf Anfrage erhältlich
Browser ID (Informationen zum genutzten Browser)	auf Anfrage erhältlich
u_email (leere Variable)	auf Anfrage erhältlich
Respondi-ID (interne ID)	auf Anfrage erhältlich
Interviewerdauer	wird in aufbereiteter Form veröffentlicht, auf Anfrage erhältlich
Absoluter Zeitstempel	auf Anfrage erhältlich
Quota (interne Variable von Globalpark)	auf Anfrage erhältlich
c_data (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
m_data (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
Output Modus (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
Letzte Seite (gibt die letzte Seite an, da keine Abbrecher in den Daten vorhanden sind, ist dies immer „Endseite“)	auf Anfrage erhältlich
Seitenhistorie	auf Anfrage erhältlich
A42s „Religionszugehörigkeit (Version C)“	mit gesondertem Nutzungsvertrag erhältlich
A42a „Kirchgangshaeufigkeit, christlich“	mit gesondertem Nutzungsvertrag erhältlich
A42b „Kirchgangshaeufigkeit, jüdisch“	mit gesondertem Nutzungsvertrag erhältlich
A42c „Kirchgangshaeufigkeit, muslimisch“	mit gesondertem Nutzungsvertrag erhältlich
A45s „Geburtsland (Version C)“	mit gesondertem Nutzungsvertrag erhältlich
A46as „Geburtsland, Mutter (Version C)“	mit gesondertem Nutzungsvertrag erhältlich
A46bs „Geburtsland, Vater (Version C)“	mit gesondertem Nutzungsvertrag erhältlich

Bei Interesse an den nicht veröffentlichten Variablen, melden Sie sich bitte unter [gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org).

## Hinweise und Anmerkungen

### Repräsentativität von Online-Umfragen aus Access-Panels

Bei der Auswertung von Online-Umfragen aus Access-Panels ist besondere Vorsicht geboten: Stichproben, die aus online rekrutierten Access-Panels gezogen werden, berücksichtigen nur bestimmte, mittels des Access-Panels erreichbare Gruppen. In Access-Panels sind besonders viele junge, gebildete und internetaffine Menschen vertreten. Diese Gruppen unterscheiden sich in den erhobenen Einstellungen von anderen Teilen der Gesellschaft. Durch entsprechende Quotenauswahl und Gewichtung wurde dieser Sachverhalt sowohl bei der Erhebung als auch bei der Datenaufbereitung berücksichtigt. Dennoch treten Effekte, die aus der Zusammensetzung der Grundgesamtheit resultieren, auf. Daher ist eine Verallgemeinerung der Aussagen auf die Gesamtbevölkerung problematisch.

### Weitere Hinweise

Bei den Online-Tracking-Studien liefert BACES sogenannte soziodemographische Stammdaten von Respondi. Tests ergaben jedoch, dass die Daten nicht in jedem Fall mit den in den Online-Trackings erhobenen soziodemographischen Merkmalen übereinstimmen. Die soziodemographische Stammdaten von Respondi können auf Nachfrage bezogen werden.

In einigen Fällen wurde der Ehepartner bzw. Partner als erster (*A30a* "Gesprächspartner 1, Beziehung") und als zweiter Gesprächspartner (*T6\_037a* "Gesprächspartner 2, Beziehung, eine Person" und *T6\_037b\_a* "Gesprächspartner 2, Beziehung, mehrere Personen") genannt. Die entsprechenden Fälle sind mit der Flaggenvariable *partprob* gekennzeichnet.

## Links

Deutsche Gesellschaft für Wahlforschung e. V. (DGfW): <http://www.dgfw.info>

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften: <http://www.gesis.org/gles>

Universität Frankfurt: <http://www.uni-frankfurt.de>

Universität Mannheim: <http://www.uni-mannheim.de>

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB): <http://www.wzb.eu>

Erstellt wurde der Methodenbericht von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften und der Universität Frankfurt/Main in Zusammenarbeit mit BACES.

Mannheim, Januar 2013