

gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLES Landtagswahl Mecklenburg- Vorpommern 2011 ZA5330, Version 1.0.0

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 werden trotz gründlichster Überprüfung der Daten immer wieder (ein paar wenige) Fehler in den Datensätzen übersehen. Fallen diese auf, werden sie dokumentiert (Errata-Liste im Datenbestandskatalog, www.gesis.org/dbk) und anschließend möglichst zeitnah behoben.

Um möglichst fehlerfreie Datensätze zur Verfügung zu stellen, freuen wir uns über Ihre Mithilfe. Wenn Ihnen bei Ihrer Arbeit mit den GLES Daten Fehler auffallen, helfen Sie uns sehr, wenn Sie eine kurze E-Mail an gles@gesis.org schicken. Bitte schicken Sie uns zusätzlich zu der Beschreibung des Fehles auch die ZA-Nummer und die Version des Datensatzes.

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

Meldung von Veröffentlichungen

Um einen Überblick über die tatsächliche Nutzung der Daten zu erhalten, bitten wir um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der GLES verwenden. 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-Dokumentes.

Kontakt

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften
Postfach 122155
68072 Mannheim
E-Mail: gles@gesis.org

Zitation bei Veröffentlichungen

Wird in Publikationen auf Daten der GLES zurückgegriffen, bitten wird diese korrekt zu zitieren:

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Bieber, Ina; Bytzek, Evelyn; Scherer, Philipp (2011): Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl Mecklenburg-Vorpommern 2011 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5330 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.11053.

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

Im Rahmen der German Longitudinal Election Study werden Online-Trackings sowohl bundesweit als auch in einzelnen Bundesländern durchgeführt. Die Online-Trackings gehören zur Komponente X/8: Langfrist-Online-Tracking und sollen bis zur nächsten Bundestagswahl weiter erhoben werden. Bundesweite Befragungen sind quartalsweise mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzungen geplant. Befragungen in den Bundesländern sollen jeweils anlässlich von Wahlen zu den Landesparlamenten stattfinden.

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
LTW NW	Landtagswahl Nordrhein-Westfalen	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	Positionsissues	09. Dezember 2010	19. Dezember 2010
T12NB	Nachbefragung von Abbrechern	20. Dezember 2010	30. Dezember 2010
T13	Wirtschaftliche Lage	09. März 2011	20. März 2011
T13NB	Nachbefragung von Abbrechern	21. März 2011	30. März 2011
LTW BW	Landtagswahl Baden-Württemberg	09. März 2011	20. März 2011
LTW HH	Landtagswahl Hamburg	09. März 2011	20. März 2011
LTW RP	Landtagswahl Rheinland-Pfalz	09. März 2011	20. März 2011
LTW ST	Landtagswahl Sachsen-Anhalt	09. März 2011	20. März 2011
T14	Wählen auf mehreren Ebenen	23. Mai 2011	03. Juni 2011
T14NB	Nachbefragung von Abbrechern	03. Juni 2011	13. Juni 2011
LTW HB	Landtagswahl Bremen	23. Mai 2011	04. Juni 2011
T15	Psychologische Konstrukte	24. August 2011	03. September 2011
T15NB	Nachbefragung von Abbrechern	05. September 2011	14. September 2011
LTW BE	Landtagswahl Berlin	24. August 2011	03. September 2011
LTW MV	Landtagswahl Mecklenburg-Vorpommern	24. August 2011	03. September 2011

Studiennummer

ZA5330 (Version 1.0.0)

doi: 10.4232/1.11053

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente 8, Langfrist-Online-Tracking, Landtagswahl Mecklenburg-Vorpommern

Erhebungszeitraum

24. August bis 03. September 2011

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 für die Landtagswahlbefragung in Mecklenburg-Vorpommern 2011 bilden die über 18-jährigen Mitglieder mit deutscher Staatsangehörigkeit des von der Respondi AG betriebenen Online-Access-Panels, die in Mecklenburg-Vorpommern leben. Diese Personengruppe umfasste 2011 in Mecklenburg-Vorpommern etwa 1.300 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
Geschlecht	
Weiblich	58%
Männlich	42%
Bildung	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	10%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	42%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	48%
Altersgruppen	
16-29 Jahre	40%
30-39 Jahre	22%
40-49 Jahre	19%
50-59 Jahre	13%
60 und älter	6%

Die Panelisten werden von Respondi auf unterschiedlichen Wegen rekrutiert. Dies erfolgt überwiegend online, zu einem geringen Anteil aber auch offline. Die Mitglieder wirbt Respondi mehrheitlich über Thementumfragen an. Über unterschiedliche Vermarktungskanäle werden diese online gestellt; so findet Respondi die Panel-Mitglieder dort, wo sie sich im Internet bewegen: auf themenspezifischen Portalen, in Foren und Communities. 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
Mingle Trend Blog	15%
Über Online-Werbung (davon beworbene Thementumfragen 50%, direkte Panelwerbung 50%)	60%
Über Onsite-Befragungen	5%
Facebook Fanseite	5%
Suchmaschinen	5%
Empfehlungen (Freundschaftswerbung)	10%

Die Mitglieder des Access-Panels werden von Respondi für die Teilnahme an Befragungen incentiviert. Sie erhalten pro Minute 6 sogenannte Respondi-Punkte (rps), was 2010 ca. 0,06 € 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.

Um die geforderte Anzahl an Befragten in Mecklenburg-Vorpommern zu realisieren, kooperierte Respondi mit den Dienstleistern GMI, Panelbiz, SSI, Toluna, Unister und Webmiles.

Tabelle 4: Anteile der beteiligten Online-Access-Panels an den realisierten Interviews

	Anzahl	Anteil in Prozent
GMI	6	1,1%
Panelbiz	73	13,0%
Respondi	307	54,7%
SSI	23	4,1%
Toluna	16	2,8%
Unister	84	14,9%
Webmiles	53	9,4%
Gesamt	562	100,0%

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, die ihren Hauptwohnsitz in Mecklenburg-Vorpommern hatten. 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 5: Quotierung im Landtagswahl-Boost in Mecklenburg-Vorpommern

Quotierungsmerkmale	Soll in Prozent	Ist* in Prozent (mit Zeitunterschreitem ¹)	Ist* in Prozent (ohne Zeitunterschreiter ¹)	
			Version A	Version B
Geschlecht				
Weiblich	50,0%	51,4%	51,5%	51,7%
Männlich	50,0%	48,6%	48,5%	48,3%
Bildung				
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35,0%	18,0%	15,4%	16,5%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	40,0%	52,7%	52,7%	52,7%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	25,0%	29,4%	31,8%	30,8%
Altersgruppe				
18-29 Jahre	25,0%	26,5%	24,7%	25,0%
30-39 Jahre	20,0%	21,2%	18,3%	19,2%
40-49 Jahre	25,0%	23,8%	25,4%	25,0%
50-59 Jahre	15,0%	13,3%	14,8%	14,3%
60 Jahre und älter	15,0%	15,1%	16,8%	16,5%

* Tatsächliche Verteilung im Datensatz.

¹ Zur Definition von Zeitunterschreitem siehe Seite 16f.

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 7.1

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“.

Bei der Landtagswahl in Mecklenburg-Vorpommern 2011 arbeitete der Paneldienstleister Respondi mit anderen Paneldienstleistern zusammen (siehe Tabelle 4), um genügend Befragungen zu realisieren. Dabei konnte im Voraus nicht ausgeschlossen werden, dass Personen zu mehreren Online-Access-Panels gehörten, mehrfach zur Umfrage eingeladen wurden und auch teilnahmen. Auf der Grundlage von Übereinstimmungen von bis zu neun Angaben der Befragten (Geschlecht, Geburtstag, Geburtsmonat, Geburtsjahr, Bildung, Familienstand, Postleitzahl, Haushaltsgröße, Anzahl der unter 18-Jährigen im Haushalt) sowie administrativer Merkmale wurden Mehrfachteilnahmen identifiziert. Im Datensatz sind jeweils lediglich die ersten Teilnahmen der betreffenden Befragten enthalten. Insgesamt wurden 72 Fälle als Mehrfachteilnahmen gelöscht und sind nicht im Datensatz enthalten.

Innerhalb der Netto-Stichprobe wurden zwei Arten von Zeitunterschreiter identifiziert. Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 16f. Die Erhebung in Mecklenburg-Vorpommern fand zusammen in einem Projekt mit der Erhebung in Berlin statt. Aus diesem Grund beziehen sich die Werte der folgenden Tabelle auf die Gesamterhebung. Im zweiten Teil der Tabelle sind die Zahlen für Mecklenburg-Vorpommern abgetragen.

Tabelle 6: Teilnahme an den Landtagswahlbefragungen 2011 in Berlin und Mecklenburg-Vorpommern

Teilnehmerstatistik	Anzahl		Anteil in Prozent		
Von Respondi eingeladen	8.180	100,00%			
Interview nicht begonnen	5.953	72,78%			
Interview begonnen	2.227	27,22%	100,00%		
Abgebrochene Interviews	287		12,89%		
Ausgescreent	219		9,83%		
Abgewiesen	441		19,80%		
Beendete Interviews gesamt	1.280		57,48%	100,00%	
Mehrfachteilnahmen gesamt	103			8,05%	
Beendete Interviews ohne Mehrfachteilnahmen gesamt	1.177			91,95%	100,00%
Zeitunterschreiter* gesamt					
Version A	153			13,00%	
Version B	106				9,01%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter* gesamt					
Version A	1.024			87,00%	
Version B	1.071				90,99%
Beendete Interviews MV	634			100,00%	
Mehrfachteilnahmen MV	72			11,36%	
Beendete Interviews ohne Mehrfachteilnahmen MV	562			88,64%	100,00%
Zeitunterschreiter* MV					
Version A	69			12,28%	
Version B	46				8,19%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter* MV					
Version A	493			87,72%	
Version B	516				91,81%

* Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 16f.

Statistik über die Rekrutierung

Tabelle 7: Statistik über die Rekrutierung bei den Landtagswahlbefragungen 2011 in Berlin und Mecklenburg- Vorpommern

Datum	Gruppe	N	Geschlecht		Alter					Bildung		
			männlich	weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	niedrig	mittel	hoch
24.08.2011	BE1 (E)	731	333	398	98	98	115	108	312	348	187	196
24.08.2011	MV1 (E)	361	195	166	95	73	63	41	89	155	111	95
25.08.2011	BE2 (E)	54	31	23	0	8	19	12	15	54	0	0
25.08.2011	Unister1 (E)	99	58	41	17	12	11	7	52	59	16	24
26.08.2011	Panelbiz1 (E)	330	145	185	48	42	49	65	126	211	56	63
26.08.2011	Unister2 (E)	1895	1115	780	567	352	353	282	341	1762	40	85
29.08.2011	Panelbiz2 (E)	441	198	243	78	72	98	98	95	230	126	85
29.08.2011	Toluna1 (E)	389	175	214	72	76	78	81	82	389	0	0
29.08.2011	BE1 (R)	211	98	113	49	51	53	51	7	211	0	0
29.08.2011	MV1 (R)	95	47	48	34	30	15	9	7	95	0	0
29.08.2011	Panelbiz1 (R)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?
29.08.2011	Unister1 (R)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?
30.08.2011	BE3 (E)	957	379	578	382	264	311	0	0	253	489	215
30.08.2011	MV2 (E)	456	179	277	171	118	99	68	0	0	456	0
30.08.2011	SSI1 (E)	198	80	118	34	40	45	42	37	198	0	0
30.08.2011	Toluna2 (E)	365	168	197	65	59	76	84	81	365	0	0
30.08.2011	Webmiles1 (E)	591	307	284	91	96	127	135	142	591	0	0
31.08.2011	MV3 (E)	211	90	121	118	50	26	17	0	0	0	211
31.08.2011	SSI2 (E)	761	375	386	140	155	170	162	134	761	0	0
31.08.2011	MV1 (R)	30	18	12	13	16	1	0	0	30	0	0
31.08.2011	BE1,2 (R)	169	71	98	27	36	34	46	26	169	0	0
01.09.2011	Unister3 (E)	806	346	460	0	341	254	211	0	0	806	0
01.09.2011	BE3 (R)	155	155	0	155	0	0	0	0	0	0	155
01.09.2011	Panelbiz1,2 (R)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?
01.09.2011	SSI1 (R)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?
01.09.2011	Unister1,2 (R)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?
02.09.2011	MV2,3 (R)	170	118	0	85	0	33	0	0	0	58	60
02.09.2011	SSI1,2 (R)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?
02.09.2011	Webmiles1 (R)	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?

E: Eingeladen; R: Remindet

Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 8: Teilnahme-statistik der Landtagwahlbefragungen 2011 in Berlin und Mecklenburg-Vorpommern nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunterschreitern*		Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiter*			
	relativ	absolut	Relativ	absolut	Version A		Version B	
					relativ	absolut	relativ	absolut
Mi 24.08.2011	8,53%	190	13,76%	162	14,36%	147	14,38%	154
Do 25.08.2011	7,41%	165	10,71%	126	11,72%	120	11,39%	122
Fr 26.08.2011	10,37%	231	12,15%	143	12,11%	124	11,95%	128
Sa 27.08.2011	4,76%	106	5,61%	66	5,57%	57	5,42%	58
So 28.08.2011	2,92%	65	3,40%	40	3,61%	37	3,55%	38
Mo 29.08.2011	8,35%	186	9,01%	106	8,89%	91	8,87%	95
Di 30.08.2011	13,74%	306	14,70%	173	13,87%	142	14,10%	151
Mi 31.08.2011	13,70%	305	12,40%	146	12,01%	123	12,70%	136
Do 01.09.2011	15,49%	345	13,00%	153	12,99%	133	12,61%	135
Fr 02.09.2011	10,73%	239	4,67%	55	4,39%	45	4,58%	49
Sa 03.09.2011	4,00%	89	0,59%	7	0,49%	5	0,47%	5
Gesamt	100,00%	2.227	100,00%	1.177	100,00%	1.024	100,00%	1.071

* Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 16f.

Zeitunterschreiter

Aufgrund der fehlenden Kontrolle der Befragten durch einen Interviewer in Online-Erhebungen und der besonderen Anreiz- und Belohnungsstruktur durch ResponDI-Punkte sind 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 LTW-Boosts Mecklenburg-Vorpommern 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 unterbrachen) 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 9: Bearbeitungsdauer im Landtagswahl-Boost in Mecklenburg-Vorpommern

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Befragungsdauer	Maximale Befragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
Mit Zeitunterschreibern*	529	00:05:54	02:47:51	00:35:01	00:30:26
Ohne Zeitunterschreiter*					
Version A	460	00:18:37	02:47:51	00:38:10	00:32:41
Version B	485	00:12:33	02:47:51	00:36:55	00:31:49

* Die Bearbeitungsdauer wird nur für diejenigen Befragten ausgewiesen, die die Befragung weder unter- noch abgebrochen haben.

Datensatz

Pre-Release-Versionsnummer: 1.0.0

Datei: ZA5330_v1-0-0.sav (SPSS); ZA5330_v1-0-0.dta (STATA);

Tabelle 10: Variablen im Landtagswahl-Boost in Mecklenburg-Vorpommern

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	544
Zeitvariablen	320
Systemvariablen	18
Gesamt	882

Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 11: Übersicht über die inhaltlichen Variablen im LTW-Boost Mecklenburg-Vorpommern

Variable	Label
v_01	Geschlecht
v_02	Geburtsjahr
v_03	Schulbildung
v_04	Bundesland
A01	Politisches Interesse
L38a-c	Politisches Interesse, Bund - Land - Europa
A02a-c_a	Demokratiezufriedenheit, Bund - Land - Europa
A07_a	Wahlbeteiligungsabsicht
A08a-b_a	Beabsichtigte Stimmabgabe
A08ca-b_a	Hypothetische Stimmabgabe
A56_a	Grund für Wahlentscheidung
A27a-l_a	Skalometer Politiker
A13_a	Skalometer, Regierung
A14a-c	Leistung Regierungsparteien
A15a-c	Leistung Oppositionsparteien
A12a-f_panel	Skalometer, Parteien
A19	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv
A20_panel_a-c	Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit (Ebenen)
A21	Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell
A22	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv
A23	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
A24_panel_a-c	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit, Bund - Land - Europa
A25	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
A26	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv
E02	Vergleich der Wirtschaft, Bund
A03	Wichtigstes Problem
A04	Wichtigstes Problem, Lösungskompetenz
A05	Zweitwichtigstes Problem
A06	Zweitwichtigstes Problem, Lösungskompetenz
T7_03	Recall, Wahlteilnahme, BTW 2009
T7_04a-b	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2009

T7_07a-b	Recall, hyp. Wahlentscheidung, BTW 2009
L30	Interesse am Wahlkampf, Land
A31_a	Wichtigste Informationsquelle
B23a-l_b	Printmediennutzung, politisch, mod
B23aa-ig_b	Printmediennutzung, bias, mod
T08_011a-d	Printmediennutzung, politisch, Wochenzeitschriften
B24a-f_b	Fernsehnutzung, Nachrichten, mod
B24aa-eg_b	Fernsehnutzung, bias, mod
A34_wk	Internetnutzung, politisch, LTW
A34aa-e_c	Internetnutzung, Seiten
L01	Wahlberechtigung, Land mit LTW
L02	Wahlbeteiligungsabsicht, Land
L03a-b	Beabsichtigte Stimmabgabe, Land, 2 Stimmen
L03_brief_a-b	Briefwahl, Land, 2 Stimmen
L04	Hyp. Stimmabgabe, Land mit LTW
L04a	Hyp. Stimmabgabe, nicht wahlberechtigt, Land mit LTW
L05a	Sicherheit der Wahlentscheidung, Land
L37a-g_a	Gründe für Wahlentscheidung, geschlossen, Land
L13a_a-c	Wichtigkeit der Wahlebene, Land
L16	Ausgang der Wahl, Land
L07a-f	Skalometer, Parteien, Land
L11a-g_mv	Skalometer, Politiker, Land
L36aa-cd_mv	Eigenschaften, Kandidaten, Land
L12a_mv	Präferenz, Ministerpräsident, Land
L20	Wichtigstes Problem, Land
L21	Wichtigstes Problem, Land, Lösungskompetenz
L45	Zweitwichtigstes Problem, Land
L46	Zweitwichtigstes Problem, Land, Lösungskompetenz
L63a-n	Ebene der Problemlösung
L09	Skalometer, Regierung, Land
L40a-b_mv	Leistung Regierungsparteien, Land
L41a-c_mv	Leistung Oppositionsparteien, Land
L67a-f	Gewünschte Koalition, Land
L27a-g	Wahrnehmung, Koalitionssignale, Land
L68a-f	Erwartete Koalition, Land
L24	Allgemeine wirtschaftliche Lage (Land), retrospektiv
L43a-c_a	Allgemeine wirtschaftliche Lage (Land), Verantwortlich, Bund - Land - Europa
L17	Allgemeine wirtschaftliche Lage (Land), aktuell
L26	Allgemeine wirtschaftliche Lage (Land), prospektiv
L18	Vergleich der Wirtschaften, Land
E21e_mv	Personal, Land
L31	Information zum Wahlkampf, Land
L32	Parteikontakte (Land)
L33a-l	Parteikontakte (Land), Art
L34aa-lf	Parteikontakte (Land), Art, Partei
L06	Recall, Land
A30	Gespräche über Politik
A30_aa	Gespräche über Politik, LTW

A30b_l	Gesprächspartner 1, Beziehung (LTW)
A30b_l_i	Gesprächspartner 1, Intensität
L62b	Gesprächspartner 1, Verständnis von Politik
L62c	Gesprächspartner 1, Meinungsverschiedenheit
A30e_a	Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung
L62e	Gesprächspartner 1, LTW, Wahlentscheidung
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
L71g	Föderalismus, Ego
L71i	Föderalismus, Salienz
B05a-f	Libertär-autoritäre Dimension, Parteien
B05g	Libertär-autoritäre Dimension, Ego
B05i	Libertär-autoritäre Dimension, Salienz
T15_007a-d	soziale Proteste / Krawalle
L_mv001a-f	Wissen um Standpunkte I
L_mv004a-f	Wissen um Standpunkte IV
L_mv006a-b	Eigene Standpunkte
E51-E58	Verbundenheit, Batterie
A48	Regierung, Unterschied
A48_a	Regierung, Unterschiede, Land
A49_aa	Parteien, Unterschiede
A49_a	Parteien, Unterschiede, Land
T6_025a-e	Parteienimages: Vote-seeking vs. Policy-seeking
A32a-f_aa	Links-Rechts-Einstufung Parteien, Bund
A32a-f_a	Links-Rechts-Einstufung Parteien, Land
A33	Links-Rechts-Selbsteinstufung
A36	Parteiidentifikation
A37	Parteiidentifikation, Stärke
A38	Parteiidentifikation, Dauer
KPX_1579a-c	Needs (3 Items)
T08_013	Lebenszufriedenheit
A39a-l	Organisationsmitgliedschaft
A52	Familienstand
A50	Erwerbstätigkeit
A58	Erwerbstätigkeit früher
A41	Angst vor Stellenverlust
A40	Beschäftigungssektor
A60	Beschäftigungssektor, damals/früher
A53	Beruf
A53a	Beruf, damals/früher
A54	Haushaltsgröße
A55	Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre
A42	Religionszugehörigkeit

dkirchg	Häufigkeit Besuch Kirche/Moschee/Synagoge
A43	Deutsche Staatsbürgerschaft
A43a	Deutsche Staatsbürgerschaft, seit wann
A44	Schichtzugehörigkeit, subjektiv
A45	Geburtsland
A46a-b	Geburtsland der Eltern
A47_a	Haushaltseinkommen
A59	Postleitzahl

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* („*time to complete survey*“) 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 4 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 nichts oder 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.

Version C: Offene Nennungen, wie sie vom Befragten eingegeben wurden.

Version D: Codierung der offenen Nennungen. Je nach Umfang der offenen Nennungen kann es mehrere Codierungen geben. Diese sind durch den Zusatz „1. Codierung“, „2. Codierung“ usw. gekennzeichnet.

Im Datensatz ZA5330_v1-0-0 sind in der Regel jeweils die Versionen A und B enthalten.

Codierung der Parteien

Die Codierung der politischen Parteien erfolgte bei allen Fragen, die eine geschlossene oder offene Abfrage zu politischen Parteien beinhalteten, nach einem einheitlichen Codierschema. Das Codierschema kann auf den Seiten der GLES bei GESIS abgerufen werden (<http://www.gesis.org/gles>).

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_mv_v0: Gewichtung MV (Anpassung an Mikrozensus)
 - gew2_mv_v0: Gewichtung MV (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version A:
 - gew1_mv_v1: Gewichtung MV (Anpassung an den Mikrozensus)
 - gew2_mv_v1: Gewichtung MV (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version B:
 - gew1_mv_v2: Gewichtung MV (Anpassung an den Mikrozensus)
 - gew2_mv_v2: Gewichtung MV (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 2009 (Daten des Mikrozensus 2009)
- (N)Onliner-Atlas 2010 (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.

Unveröffentlichte Variablen

Aus datenschutzrechtlichen Gründen können nicht alle erhobenen Variablen zum freien Download zur Verfügung gestellt werden, denn laut Gesetz müssen frei verfügbare Datensätze „faktisch anonym“, also so aufgebaut sein, dass ein „unverhältnismäßiger Aufwand“ zur De-Anonymisierung betrieben werden müsste. Um dies zu gewährleisten, wurden einzelne Variablen aus den frei verfügbaren

Datensätzen entfernt bzw. Ausprägungen zusammengefasst (u.a. Religionszugehörigkeit). Die offen erhobene Antworten (Strings) wurden nur in ihrer codierten Version veröffentlicht.

Alle Variablen, inklusive der nicht codierten Strings, stehen interessierten Nutzern zur Verfügung, je nach Variable in einem Safe Data Center (SDC) bei GESIS (Köln, Mannheim) oder nach Abschluss eines Nutzungsvertrags. Bei Interesse melden Sie sich bitte unter 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 soziodemographischen Stammdaten von Respondi können auf Nachfrage von GESIS bezogen werden.

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 die Studienbeschreibung von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften und der Universität Frankfurt/Main in Zusammenarbeit mit BACES.

Mannheim, November 2011