

gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLES 2009

Langfrist-Online-Tracking, T10 (GLES)

ZA5343, Version 2.0.0

Studienbeschreibung

Arbeiten mit Pre-Releases

Bei dieser Publikation und dem zugehörigen Datensatz handelt es sich um eine von GESIS in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung (DGfW) herausgegebene Vorabversion (Pre-Release). Das Ziel der Herausgabe eines solchen Pre-Releases ist es, dass die im Rahmen der German Longitudinal Election Study (GLES) erhobenen Daten der wissenschaftlichen Gemeinschaft so schnell wie möglich zugänglich gemacht werden können. Trotz sorgfältiger Arbeit bei der Kontrolle und Aufbereitung der Daten können GESIS und die DGfW nicht garantieren, dass ein solcher Pre-Release bereits allen Ansprüchen genügt. Sollten Ihnen Probleme auffallen, so bitten wir um umgehende Benachrichtigung, damit diese behoben werden können. Wir empfehlen, stets mit dem aktuellsten Pre-Release zu arbeiten. Diesen finden Sie unter "Daten" auf den Seiten der GLES bei GESIS (<http://www.gesis.org/gles>).

Zitierweise bei Veröffentlichungen

Forschungsarbeiten, die sich auf vorliegende Daten beziehen, sollen nachfolgenden Nachweis aufnehmen. Bitte setzen Sie bei Publikationen die jeweils zutreffenden Angaben entsprechend ein.

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Bieber, Ina; Bytzek, Evelyn; Scherer, Philipp (2015): Langfrist-Online-Tracking, T10 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5343 Datenfile Version 2.0.0, doi:10.4232/1.12223

Um einen Überblick über die tatsächliche Nutzung der Daten zu erhalten, bitten wir um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der German Longitudinal Election Study 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.

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
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

Studiennummer

ZA5343 (Pre-Release 2.0.0 (2015-05-06))

doi: 10.4232/1.12223

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente X/8, Langfrist-Online-Tracking: Wählen auf mehreren Ebenen

Erhebungszeitraum

24. Juni bis 05. Juli 2010

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 2010 in Deutschland etwa 100.000 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
Geschlecht	
Weiblich	54%
Männlich	46%
Bildung	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	14%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	34%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	52%
Altersgruppen	
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. Ein wichtiger 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	31%
Über Online-Werbung	61%
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 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.

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. .

Tabelle 4: Quotierung

Quotierungsmerkmale	Soll in Prozent	Ist* in Prozent (mit Zeitunterschreibern ¹)	Ist* in Prozent (ohne Zeitunterschreiter ¹)	
			Version A	Version B
Geschlecht				
Weiblich	50,0%	50,1%	51,7%	51,9%
Männlich	50,0%	49,9%	48,3%	48,1%
Bildung				
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35,0%	35,3%	35,7%	35,9%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife, noch Schüler)	40,0%	36,9%	35,1%	35,5%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	25,0%	27,8%	29,2%	28,6%
Altersgruppe				
18-29 Jahre	25,0%	22,4%	21,4%	21,0%
30-39 Jahre	20,0%	19,8%	19,0%	18,5%
40-49 Jahre	25,0%	24,7%	24,6%	24,9%
50-59 Jahre	15,0%	15,8%	16,2%	16,6%
60 Jahre und älter	15,0%	17,3%	18,8%	19,0%

* tatsächliche Verteilung im Datensatz

¹ Definition von Zeitunterschreibern siehe Seite 13.

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.

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

Teilnehmerstatistik	Anzahl	Anteil in Prozent		
Von Respondi eingeladen	4.920	100,00%		
Interview nicht begonnen	3.249	66,04%		
Interview begonnen	1.671	33,96%	100,00%	
Abgebrochene Interviews	243		14,54%	
Ausgescreent	61		3,65%	
Abgewiesen	229		13,70%	
Beendete Interviews	1.138	68,11%	100,00%	100,00%
Zeitunterschreiter				
Version A	191		16,78%	
Version B	178			15,64%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter				
Version A	947		83,22%	
Version B	960			84,36%

Statistik über die Rekrutierung

Tabelle 6: Statistik über die Rekrutierung

Datum	Gruppe	N	Geschlecht		Alter					Bildung		
			männlich	weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	niedrig	mittel	hoch
25.06.2010	1 (E)	500	245	255	125	100	120	75	80	175	190	135
26.06.2010	2 (E)	700	378	322	150	153	172	143	82	700		
28.06.2010	3 (E)	1.000	540	460	213	218	248	203	118	1.000		
29.06.2010	4 (E)	1.000	500	500	330	220	200		250		650	350
30.06.2010	5 (E)	500	250	250	165	110	100		125		325	175
01.07.2010	6 (E)	620	310	310	205	136	124		155		403	217
02.07.2010	1,2,3,4,5 (R)	1.411	708	703	618	410	383				919	492
03.07.2010	7 (E)	500	167	333	200	158	142				333	167
04.07.2010	8 (E)	100		100	40	32	28				100	

E: Eingeladen; R: Remindet

Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 7: Teilnahmestatistik nach Tagen

Datum	Begonnen	Gültige Fälle mit Zeitunterschreibern*				Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiter*			
		relativ		absolut		Version A		Version B	
		relativ	absolut	relativ	absolut	relativ	absolut	relativ	absolut
Do	24.06.2010	5,80%	97	7,38%	84	7,69%	77	7,64%	77
Fr	25.06.2010	7,00%	117	8,35%	95	8,29%	83	8,23%	83
Sa	26.06.2010	4,49%	75	5,27%	60	4,89%	49	5,06%	51
So	27.06.2010	6,28%	105	7,12%	81	7,29%	73	7,34%	74
Mo	28.06.2010	13,05%	218	15,55%	177	15,89%	159	15,97%	161
Di	29.06.2010	17,59%	294	17,75%	202	16,89%	169	17,47%	176
Mi	30.06.2010	13,23%	221	12,39%	141	12,69%	127	12,30%	124
Do	01.07.2010	12,45%	208	11,42%	130	11,79%	118	11,61%	117
Fr	02.07.2010	6,40%	107	4,39%	50	4,59%	46	4,46%	45
Sa	03.07.2010	6,22%	104	5,98%	68	5,89%	59	5,65%	57
So	04.07.2010	7,24%	121	4,31%	49	4,09%	41	4,17%	42
Mo	05.07.2010	0,24%	4	0,09%	1	0,01%	1	0,01%	1
Gesamt		99,99%	1.671	100,00%	1.138	100,00%	1.002	100,00 %	1.008

* Definition von Zeitunterschreibern siehe unten

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 neunten 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 unterbrochen) aufwies. Diese wurden aus dem Datensatz entfernt.

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.

Bearbeitungsdauer

Tabelle 8: Bearbeitungsdauer

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Be- fragungsdauer	Maximale Be- fragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
mit Zeitunterschreitern*	1.083	00:02:32	02:23:32	00:26:26	00:24:13
ohne Zeitunterschreiter*					
Version A	947	00:14:32	02:23:32	00:28:34	00:25:15
Version B	960	00:10:57	02:23:32	00:28:06	00:25:04

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

Datensatz

Pre-Release-Versionsnummer: 2.0.0

Datei: ZA5343_v2-0-0.sav (SPSS); ZA5343_v2-0-0.dta (STATA)

Tabelle 9: Variablen

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	333
Zeitvariablen	276
Systemvariablen	27
Gesamt	636

Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 10: Übersicht über die inhaltlichen Variablen

Variable	Label
v_01	Geschlecht
v_02	Geburtsjahr
v_03	Schulbildung
v_04	Bundesland
A01	Politisches Interesse
L38a-c	Politisches Interesse, Bund - Land - Europa
A02	Demokratiezufriedenheit
E14	Demokratiezufriedenheit, Europa
A07_a	Wahlbeteiligungsabsicht
A08a-b_a	Beabsichtigte Stimmabgabe
A08ca-b_a	Hypothetische Stimmabgabe
A03_c1-4	Wichtigstes Problem
A04	Wichtigstes Problem, Lösungskompetenz (Version A)
E27b	Wichtigstes Problem, Problemlösung
A05_c1-4	Zweitwichtigstes Problem
A06	Zweitwichtigstes Problem, Lösungskompetenz (Version A)
E28b	Zweitwichtigstes Problem, Problemlösung
A12a-f	Skalometer, Parteien
A27a-l_a	Skalometer Politiker
A13_a	Skalometer, Regierung
A14a-c	Leistung Regierungsparteien
A15a-c	Leistung Oppositionsparteien
A19	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv
A20	Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit
A21	Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell
A22	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv

A32a-f	Links-Rechts-Einstufung, Parteien
A33	Links-Rechts-Selbsteinstufung
A48	Regierung, Unterschied
A49	Parteien, Unterschied
A23	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
A24	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit
E01a	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit, Europa
E01b	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit, Land
A25	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
A26	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv
E02	Vergleich der Wirtschaft, Bund
T10_100	Alternative WB vs NW
T10_110	Alternative WE, CDU/CSU
T10_120	Alternative WE, SPD
T10_130	Alternative WE, Die Linke
T10_140	Alternative WE, B90/Die Grünen
T10_150	Alternative WE, FDP
T7_03	Recall, Wahlteilnahme, BTW 2009
T7_04a-b	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2009
T7_07a-b	Recall, hyp. Wahlentscheidung, BTW 2009
L06a-p	Recall, Land
A30	Gespräche über Politik
A31	Wichtigste Informationsquelle
B23a-h	Printmediennutzung, politisch
T08_011a-d	Printmediennutzung, politisch, Wochenzeitschriften
B24a-e	Fernsehnutzung, politisch
A34	Internetnutzung, politisch
A34aa-e_c	Internetnutzung, Seiten
L10a-p_a	Sonntagsfrage, Land ohne LTW
A36	Parteiidentifikation (Version A)
A37	Parteiidentifikation, Stärke
A38	Parteiidentifikation, Dauer
E15	Mitgliedschaft in EU
E11	Einfluss der EP auf dt. Politik
E43a-j	Aussagen zur EU
C03a-f	Europa, Parteien
EC03g	Europa, Ego
EC03i	Europa, Salienz
C05a-f_a	Sozioökonomische Dimension, Parteien
C05g_a	Sozioökonomische Dimension, Ego
C05i_a	Sozioökonomische Dimension, Salienz
E32	grundsätzliche Meinung
E33	Türkei, Abstimmung: ja - nein
E34	Türkei, Entscheidung
E35	Beitritt, Volksentscheid
E36a-l	Beitritt, verschiedene Länder
E41	Vertrag von Lissabon, Kenntnisse
E42	Vertrag von Lissabon, Meinung

E41a	Vertrag von Lissabon, Verfassung
T10_170a-g	Aussagen zum Euro
E10	Recall (2009), Europa (Version A)
E50q-s	Vertrauen in Politiker
E50a-p	Vertrauen: Europäische Kommission
E16	Vertrauen in Entscheidungen der EU
C06a-f	Kernenergie, Parteien
C06g	Kernenergie, Ego
C06i	Kernenergie, Salienz
B05a-f	libertär-autoritäre Dimension, Parteien
B05g	libertär-autoritäre Dimension, Ego
B05i	libertär-autoritäre Dimension, Salienz
T10_180	Sonntagsfrage (Version A)
E51-E58	Verbundenheit, Batterie
T10_160	Rücktritt, Köhler
B03_a	Leistungen, Köhler
B25a-c_a	Skalometer Kandidaten
B13	Direktwahl (prospektiv)
B14_a	Präferenz
B15	Wichtigkeit des Wahlausgangs
B16_a	Wahlsieger
B20	Einfluss des Amtsinhaber
A39a-l	Organisationsmitgliedschaft
A52	Familienstand
A54c	Haushaltsgröße
A55_c	Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre
A50	Erwerbstätigkeit
A53	Beruf
A58	Erwerbstätigkeit früher
A53a	Beruf, damals/früher
A40	Beschäftigungssektor
A60	Beschäftigungssektor, damals/früher
A41	Angst vor Stellenverlust
A42	Religionszugehörigkeit
kirchg	Kirchgangshäufigkeit, christlich/jüdisch/muslimisch
A44	Schichtzugehörigkeit, subjektiv
A43	Deutsche Staatsbürgerschaft
A43a	Deutsche Staatsbürgerschaft, seit wann (Version A)
A45	Geburtsland
A46a	Geburtsland der Eltern: Mutter
A46b	Geburtsland der Eltern: Vater
A47_a	Haushaltseinkommen

Des Weiteren wurde dem Datensatz die Variable „Wahlkreis“ zugespielt. Zur Bestimmung der Wahlkreise der Respondenten, wurde die Postleitzahl im Fragebogen 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 16 von 1.138 Fällen (1,4 Prozent) geben die Postleitzahlen keine genaue Auskunft über den Wahlkreis, da die Wahlkreise nicht mit den Postleitzahlbezirken identisch sind oder die Befragten ungültige Postleitzahlen angegeben haben. In diesen Fällen wurde der Wert 998 (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 *RT_Sx* (Beispiel: RT_S2) benannt sind, geben die Antwortzeit des Befragten auf einer konkreten (Bildschirm-)Seite der Befragung wieder. Um welche Seite der Befragung es sich handelt, kann dem Variablenlabel entnommen werden (Beispiel: Response Time T2_v_01). 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 Variabel *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 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.

Codierung der Parteien

Für die Codierung der politischen Parteien wurden verschiedene Codierschemata verwendet. Welches Codierschemata verwendet wurde, ist vom Kontext der jeweiligen Frage abhängig. Wurde z.B. nach der Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 2009 gefragt, so wurde ein Codierschema verwendet,

das alle Parteien umfasst, die bei dieser Bundestagswahl antraten. War der Kontext der Frage hingegen eine andere Wahl, z.B. eine Europa- oder Landtagswahl, so wurde ein auf diese Wahl hin konzipiertes Codierschema verwendet. Wenn ein Befragter bei halboffenen oder offenen Fragen eine Partei nannte, die nicht bei der entsprechenden Wahl angetreten ist, dann wurde seine Nennung als Code 93 "sonstige Nennung" codiert.

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:
 - o gew1_t10: Gewichtung Welle T10 (Anpassung an Mikrozensus)
 - o gew2_t10: Gewichtung Welle T10 (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version A:
 - o gew1_t10_v1: Gewichtung Welle T10 (Anpassung an den Mikrozensus)
 - o gew2_t10_v1: Gewichtung Welle T10 (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version B:
 - o gew1_t10_v2: Gewichtung Welle T10 (Anpassung an den Mikrozensus)
 - o gew2_t10_v2: Gewichtung Welle T10 (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:

- Daten des Mikrozensus 2009
- (N)Onliner-Atlas 2009 (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 veröffentlicht, können aber bei Bedarf von GESIS (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
Offene Angaben zum Geburtsland (Ego, Mutter, Vater)	auf Anfrage erhältlich
Konfessionsspezifische Angaben zur Kirchengangshäufigkeit	auf Anfrage erhältlich

Offen erhobene Antworten wurden als String-Variablen abgespeichert und im Normalfall nur als vercodete Variablen veröffentlicht. Bei Interesse an den offenen, nicht vercodeten Antworten, 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 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 der Methodenbericht von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften und der Universität Frankfurt/Main in Zusammenarbeit mit BACES.

Mannheim, Mai 2015