
gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLES 2009

**Langfrist-Online-Tracking,
T15 (GLES)**

ZA5348, 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, nehmen bitte nachfolgenden Nachweis mit auf:

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Bieber, Ina; Bytzek, Evelyn; Scherer, Philipp (2015): Langfrist-Online-Tracking, T15 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5348 Datenfile Version 2.0.0, doi:10.4232/1.12228.

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

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	Positionsissues	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

Studiennummer

ZA5348 (Version 2.0.0) 2015-05-06

doi: 10.4232/1.12228

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente X/8, Langfrist-Online-Tracking, T15: Psychologische Konstrukte & Nachbefragung der Abbrecher

Erhebungszeitraum

Langfrist-Online-Tracking, T15 24. August bis 03. September 2011

Nachbefragung der Abbrecher 05. September bis 14. 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 aller Tracking-Studien bilden die über 17-jährigen Mitglieder mit deutscher Staatsangehörigkeit des von der Respondi AG betriebenen Online-Access-Panels. Dieses Panel umfasste 2011 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	55%
Männlich	45%
Bildung	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	15%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	36%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	49%
Altersgruppen	
18-29 Jahre	32%
30-39 Jahre	24%
40-49 Jahre	21%
50-59 Jahre	15%
60 und älter	8%

Die Panelisten werden von Respondi auf unterschiedlichen Wegen rekrutiert. Dies erfolgt überwiegend online, zu einem geringen Anteil aber auch offline. Mit einer einzigartigen Kombination aus verschiedenen Online- und Offline-Rekrutierungsmethoden bildet Respondi die Internetbevölkerung in ihrem Panel ab. Die Mitglieder wirbt Respondi mehrheitlich über Thementumfragen an. Dabei ist das Motiv der Rekrutierung die eigene Meinung und nicht die Aussicht auf monetäre Entlohnung. Über unterschiedliche Vermarktungskanäle werden die Thementumfragen online gestellt und so findet Respondi die Panel-Mitglieder dort, wo sie sich im Internet bewegen: auf themenspezifischen Portalen, in Foren und Communities.

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 2011 ca. 0,06 € entsprach. Ab einer Auszahlungsgrenze von zwanzig Euro kann der Betrag an den Panelisten ausgezahlt, in Ein-

kaufgutscheine 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 im Online-Tracking T15

Quotierungsmerkmale	Soll in Prozent	Ist* in Prozent (mit Zeitunterschreitern ¹)	Ist* in Prozent	
			Version A	Version B
Geschlecht				
Weiblich	50,0%	50,4%	50,7%	50,9%
Männlich	50,0%	49,6%	49,3%	49,1%
Bildung				
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35,0%	34,3%	34,6%	35,2%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	40,0%	38,2%	37,9%	37,5%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhoch- schulreife, Studium)	25,0%	27,5%	27,5%	27,3%
Altersgruppe				
18-29 Jahre	25,0%	21,7%	20,8%	21,0%
30-39 Jahre	20,0%	21,1%	19,7%	19,8%
40-49 Jahre	25,0%	24,0%	24,2%	23,8%
50-59 Jahre	15,0%	14,5%	14,8%	14,8%
60 Jahre und älter	15,0%	18,7%	20,5%	20,6%

* Tatsächliche Verteilung im Datensatz.

¹ Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 17.

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.

Auswahlverfahren bei der Nachbefragung der Abbrecher

Die Stichprobe für die Nachbefragung stellten diejenigen Befragten dar, die das Online-Tracking T15 abgebrochen hatten. Ein Befragungsabbruch lag dann vor, wenn ein Befragter die Beantwortung des Online-Trackings unterbrochen und bis zum Ende der Feldzeit nicht wieder aufgenommen hatte. Im Online-Tracking T15 lag in 169 Fällen ein Befragungsabbruch vor. Alle 169 Abbrecher des Online-Trackings T15 wurden zwei Tage nach dem Ende der Feldzeit mit der Bitte um die Teilnahme an der Nachbefragung angeschrieben.

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“

Einladung der Abbrecher zur Nachbefragung

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 5 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 30 rps gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), erhalten Sie 5 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:

„Hallo,

vor ein paar Tagen haben Sie an einer Umfrage zu Wahlen in Deutschland teilgenommen. Bei dieser Umfrage sind einige Fragen offen geblieben, weshalb wir Ihnen gerne noch ein paar ausgesuchte Fragen stellen möchten. Ihre Antworten sind sowohl für das Gelingen unserer Untersuchung als auch für die Qualitätssicherung durch mingle von größter Bedeutung. Die Befragung wird etwa **5 Minuten** dauern.

Vielen Dank für Ihre Hilfe!

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher und Prof. Dr. Hans Rattinger“

Erinnerung der Abbrecher zur Teilnahme an der Nachbefragung

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 5 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 30 rps geschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), erhalten Sie 5 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. Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 17.

Tabelle 5: Teilnahme am Online-Tracking T15

Teilnehmerstatistik	Anzahl	Anteil in Prozent		
Von Respondi eingeladen	7.397	100,00%		
Interview nicht begonnen	5.754	77,79%		
Interview begonnen	1.643	22,21%	100,00%	
Abgebrochene Interviews	169		10,29%	
Ausgescreent	80		4,87%	
Abgewiesen	236		14,36%	
Beendete Interviews	1.158	70,48%	100,00%	100,00%
Zeitunterschreiter*				
Version A	138		11,92%	
Version B	130			11,23%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter*				
Version A	1.020		88,08%	
Version B	1.028			88,77%

* Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 17.

Tabelle 6: Teilnahme der Abbrecher an der Nachbefragung

Teilnehmerstatistik	Anzahl	Anteil in Prozent		
Von Respondi eingeladen	169	100,00%		
Interview nicht begonnen	48	28,40%		
Interview begonnen	121	71,60%	100,00%	
Abgebrochene Interviews	27		22,31%	
Beendete Interviews	94		77,69%	100,00%
Befragte mit Mutationen*	5			5,32%
Beendete Interviews ohne Befragte mit Mutationen*	89			94,68%

* Zur Definition von Befragten mit Mutationen siehe Seite 18.

Statistik über die Rekrutierung

Tabelle 7: Statistik über die Rekrutierung beim Online-Tracking T15

Datum	Gruppe	N	Geschlecht		Alter					Bildung		
			männlich	weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	niedrig	mittel	hoch
24.08.2011	1 (E)	500	245	255	125	100	120	75	80	175	190	135
24.08.2011	2 (E)	1987	979	1008	400	399	399	400	389	687	650	650
25.08.2011	3 (E)	1000	490	510	205	200	200	233	162	1000		
26.08.2011	4 (E)	1500	735	765					1500	450	556	494
30.08.2011	5 (E)	800	370	430	280	160	300	60			500	300
31.08.2011	6 (E)	1000	440	560	430	260	260	50			700	300
01.09.2011	7 (E)	310	131	179	148	78	75	9			310	
02.09.2011	8 (E)	300		300		300					300	

E: Eingeladen; R: Remindet

Tabelle 8: Statistik über die Rekrutierung bei der Nachbefragung der Abbrecher

Datum	Gruppe	N
05.09.2011	Abbrecher (E)	169
08.09.2011	Abbrecher (R)	81
12.09.2011	Abbrecher (R)	54

Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 9: Teilnahme-statistik des Online-Trackings T15 nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunterschreibern*		Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiber*			
	relativ	absolut	relativ	absolut	Version A		Version B	
					relativ	absolut	relativ	absolut
Mi 24.08.2011	10,16%	167	12,61%	146	12,16%	124	11,96%	123
Do 25.08.2011	14,67%	241	16,41%	190	17,25%	176	17,22%	177
Fr 26.08.2011	16,62%	273	17,88%	207	18,14%	185	18,39%	189
Sa 27.08.2011	2,19%	36	2,59%	30	2,16%	22	2,43%	25
So 28.08.2011	1,34%	22	0,95%	11	0,88%	9	0,97%	10
Mo 29.08.2011	1,58%	26	0,52%	6	0,59%	6	0,58%	6
Di 30.08.2011	9,01%	148	10,36%	120	10,69%	109	10,51%	108
Mi 31.08.2011	23,74%	390	27,03%	313	26,57%	271	26,46%	272
Do 01.09.2011	9,31%	153	7,17%	83	6,86%	70	6,71%	69
Fr 02.09.2011	8,76%	144	4,49%	52	4,71%	48	4,77%	49
Sa 03.09.2011	2,62%	43	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0
Gesamt	100,00%	1.643	100,00%	1.158	100,00%	1.020	100,00 %	1.028

* Zur Definition von Zeitunterschreibern siehe Seite 17.

Tabelle 10: Teilnahme-statistik der Nachbefragung der Abbrecher nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Befragten mit Mutationen*		Gültige Fälle ohne Befragte mit Mutationen*	
	Relativ	Absolut	relativ	absolut	Version A	
					relativ	absolut
Mo 05.09.2011	51,24%	62	52,13%	49	52,81%	47
Di 06.09.2011	16,53%	20	15,96%	15	15,73%	14
Mi 07.09.2011	4,96%	6	5,32%	5	4,49%	4
Do 08.09.2011	17,36%	21	17,02%	16	16,85%	15
Fr 09.09.2011	0,83%	1	1,06%	1	1,12%	1
Sa 10.09.2011	0,83%	1	1,06%	1	1,12%	1
So 11.09.2011	2,48%	3	1,06%	1	1,12%	1
Mo 12.09.2011	4,96%	6	5,32%	5	5,62%	5
Di 13.09.2011	0,83%	1	1,06%	1	1,12%	1
Mi 14.09.2011	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0
Gesamt	100,00%	121	100,00%	94	100,00%	89

* Zur Definition von Befragten mit Mutationen siehe Seite 18.

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 zwölften Online-Trackings 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 11: Bearbeitungsdauer im Online-Tracking T15

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Befragungsdauer	Maximale Befragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
Mit Zeitunterschreibern*	1.107	00:01:04	01:56:41	00:28:15	00:26:50
Ohne Zeitunterschreiber*					
Version A	969	00:16:30	01:56:41	00:31:35	00:28:43
Version B	979	00:13:38	01:56:41	00:30:04	00:27:14

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

Tabelle 12: Bearbeitungsdauer in der Nachbefragung der Abbrecher

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Befragungsdauer	Maximale Befragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
Mit Befragten mit Mutationen*	94	00:02:29	00:48:42	00:07:25	00:06:59
Ohne Befragte mit Mutationen*	89	00:02:29	00:48:42	00:08:36	00:06:03

* Zur Definition von Befragten mit Mutationen siehe unten.

Mutationen

Sowohl im Online-Tracking T15 als auch bei der anschließenden Nachbefragung der Abbrecher wurden die Merkmale Geschlecht, Geburtsjahr und Bildung erhoben. In fünf Fällen stimmte eines dieser drei Merkmale nicht überein. Die Markervariablen *mut_sex*, *mut_age* und *mut_educ* kennzeichnen diejenigen Befragten, bei denen eine Mutation bei dem betreffenden Merkmal auftrat. Die Variable *mutation* gibt an, bei welchen Befragten und wie viele Mutationen auftraten. Die Variable *mutation* kann dazu verwendet werden, Befragte, bei denen Mutationen auftraten, aus dem Datensatz zu löschen oder bei Analysen auszuschließen. Auf Grund der geringen Fallzahl von Befragten mit Mutationen enthält der Datensatz keine zusätzlichen Gewichte zur Verwendung bei Analysen, bei denen Befragte mit Mutationen ausgeschlossen werden sollen.

Tabelle 13: Mutationen bei den Merkmalen Geschlecht, Geburtsjahr und Bildung von Online-Tracking T15 zur Nachbefragung der Abbrecher

Variable	Häufigkeit	Anteil in Prozent
Mutation bei Geschlecht	0	0,0
Mutation bei Geburtsjahr	0	0,0
Mutation bei Bildung	5	0,4
Gesamt	5	100

Tabelle 14: Vorkommen und Anzahl von Mutationen

Anzahl von Mutationen	Häufigkeit	Anteil in Prozent
keine Mutation	1322	99,6
Mutation bei einem Merkmal	5	0,4
Gesamt	1327	100

Datensatz

Version: 2.0.0

Datei: ZA5348_v2-0-0.sav (SPSS); ZA5348_v2-0-0.dta (STATA);

Tabelle 15: Variablen im Online-Tracking T15

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	392
Zeitvariablen	264
Systemvariablen	32
Gesamt	688

Tabelle 16: Variablen in der Nachbefragung der Abbrecher

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	58
Zeitvariablen	50
Systemvariablen	8
Gesamt	116

Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 17: Übersicht über die inhaltlichen Variablen im Online-Tracking T15

Variable	Label
v_01	Geschlecht
v_02	Geburtsjahr
v_03	Schulbildung
v_04	Bundesland
a01	Politisches Interesse
a02	Demokratiezufriedenheit
a07_a	Wahlbeteiligungsabsicht
a08a-b_a	Beabsichtigte Stimmabgabe
a08ca-b_a	Hypothetische Stimmabgabe
a03_c1-10	Wichtigstes Problem
a04	Wichtigstes Problem, Lösungskompetenz
a05_c1-8	Zweitwichtigstes Problem
a06	Zweitwichtigstes Problem, Lösungskompetenz
kpx_1560	Emotionen: Angst, Intensität: Wirtschaftskrise
kpx_1562	Emotionen: Angst, Intensität: Kernenergie
kpx_1563	Emotionen: Angst, Intensität: Klimaerwärmung
kpx_1564	Emotionen: Angst, Intensität: Terrorismus
a12a-f	Skalometer, Parteien
a27a-l_a	Skalometer Politiker

t15_004s1a-h	Eigenschaften der Spitzenpolitiker; Split 1/2 Merkel-Gabriel
t15_004s2a-h	Eigenschaften der Spitzenpolitiker; Split 2/2 Westerwelle-Künast
a13_a	Skalometer, Regierung
a14a-c	Leistung Regierungsparteien
a15a-c	Leistung Oppositionsparteien
b09a	Ärger, Wut, Intensität, M
b09b	Begeisterung, Begeist, Intensität, M
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, Unterschiede
a23	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
a24	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit
a25	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
a26	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv
t7_03	Recall, Wahlteilnahme, BTW 2009
t7_04a-b	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2009
t7_07a-b	Recall, hyp. Wahlentscheidung, BTW 2009
l06	Recall, Land
ex_01a-h	Vorurteile
l64a-d	Extremismusatterie
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: 1. Internetseite (Codierung)
l10	Sonntagsfrage, Land ohne LTW
a36	Parteiidentifikation
a37	Parteiidentifikation, Stärke
a38	Parteiidentifikation, Dauer
c09a-h	Wertebatterie
t08_013	Lebenszufriedenheit
l59	Vertrauen
l61	Hilfsbereitschaft
l60	Faires Verhalten
c06a-f	Kernenergie, Parteien
c06g	Kernenergie, Ego
c06i	Kernenergie, Salienz
b20a-g_a	Need (7 Items)
t15_002s1a-o	Big five (15 items) Split 1/4 Merkel
t15_003s1a-o	Big five (15 items) Split 2/4 Gabriel

t15_005s2a-o	Big five (15 items) Split 3/4 Westerwelle
t15_006s2a-o	Big five (15 items) Split 4/4 Künast
t15_001a-o	Big five (15 items) Ego
t15_007a-d	Soziale Proteste/Krawalle
t15_170a-e	Aussagen zum Euro
t09_200a-c	Griechenland
t13_211	Arabische Welt, Interesse
t15_213a-e	Arabische Welt, Aussagen
t13_215a-f	Arabische Welt, Deutsche Haltung (Parteien)
t13_214	Arabische Welt, Deutsche Haltung (ego)
v019a-e	Einstellungen zu Politik und Gesellschaft allgemein
a39a-l	Organisationsmitgliedschaft
a52	Familienstand
a54c	Haushaltsgröße
a55	Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre
a50	Erwerbstätigkeit
a58	Erwerbstätigkeit früher
a53	Beruf
a53a	Beruf, damals/früher
a40	Beschäftigungssektor
a60	Beschäftigungssektor, damals/früher
a41	Angst vor Stellenverlust
a42	Religionszugehörigkeit
kirchg	Häufigkeit Besuch Kirche/Moschee/Synagoge
a44	Schichtzugehörigkeit, subjektiv
a43	Deutsche Staatsbürgerschaft seit Geburt
a43a	Deutsche Staatsbürgerschaft, seit wann
a45	Geburtsland
a46a-b	Geburtsland der Eltern
a47_a	Haushaltseinkommen
v003	Befragungssituation: Arbeitsplatz/Privat
v006	Technische Probleme
v008	Debriefing: Interesse
v009	Debriefing: Schwierigkeit der Fragen
v010	Debriefing: Schwierigkeit Antworten
v011	Debriefing: Wissenschaftliche Umfragen
v012	Erfahrungen mit Umfragen, objektiv
v026a	Debriefing: Ablenkung
v026b	Debriefing: Länge der Ablenkung
v004	Sorgfalt

Tabelle 18: Übersicht über die inhaltlichen Variablen in der Nachbefragung der Abbrecher

Variable	Label
nb_v002	Erinnerung an Umfrage
nb_v003	Befragungssituation: Arbeitsplatz/Privat
nb_v005a-h	Gründe für Abbruch, gestützt
nb_v006	Technische Probleme
nb_v007	Technische Probleme, welche
nb_v008	Debriefing: Interesse
nb_v009	Debriefing: Schwierigkeit der Fragen
nb_v010	Debriefing: Schwierigkeit Antworten
nb_v011	Debriefing: Wissenschaftliche Umfragen
nb_v012	Erfahrungen mit Umfragen, objektiv
nb_a31	Wichtigste Informationsquelle
nb_a34	Internetnutzung, politisch
nb_a01	Politisches Interesse
nb_a07_a	Wahlbeteiligungsabsicht
nb_a08a-b_a	Beabsichtigte Stimmabgabe
nb_a08ca-b_a	Hypothetische Stimmabgabe
nb_v017a-j	Big Five (10 Items)
nb_v018a-c	Needs (3 Items)
nb_v019a-e	Einstellungen zu Politik und Gesellschaft allgemein
nb_a36	Parteiidentifikation
nb_v021	Geschlecht
nb_v022	Geburtsjahr
nb_v023	Schulbildung
nb_v004	Debriefing: Sorgfalt
nb_v024_c1-3	Gründe fuer Befragungsabbruch

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 22 von 1.158 Fällen (1,9 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 *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 Variabel *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 ZA5348_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_t15_v0: Gewichtung Welle T15 (Anpassung an Mikrozensus)
 - gew2_t15_v0: Gewichtung Welle T15 (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version A:
 - gew1_t15_v1: Gewichtung Welle T15 (Anpassung an den Mikrozensus)
 - gew2_t15_v1: Gewichtung Welle T15 (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version B:
 - gew1_t15_v2: Gewichtung Welle T15 (Anpassung an den Mikrozensus)
 - gew2_t15_v2: Gewichtung Welle T15 (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.
- 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) 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 zu den Geburtsländern (Ego und Eltern)	auf Anfrage erhältlich
Differenzierte Angaben zur Religion und Kirchengangshäufigkeit nach christlich, jüdisch, muslimisch	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 von GESIS bezogen werden.

Bei den Variablen *T15_004S2a-h* ("Eigenschaften der Spitzenpolitiker; Split 2/2 Westerwelle-Künast") liegt ein technischer Fehler vor. Vier Befragte haben diese Frage nicht erhalten, obwohl sie diese entsprechend ihrer Zuweisung zu einer von zwei Splitgruppen hätten erhalten sollen. Die Ursache für den Fehler liegt vermutlich in der Befragungssoftware bzw. im Zusammenspiel der Befragungssoftware mit der vom Befragten verwendeten Software (Betriebssystem, Browser etc.). Es handelt sich nicht um einen Filterfehler.

Die Frage *A41* "Angst vor Stellenverlust" wurde auf Grund eines technischen Filterfehlers nicht gestellt, wenn die Befragten bei der Frage *A50* "Erwerbstätigkeit" die Antwort verweigerten (Code 99). Im vorliegenden Datensatz betrifft dies zehn Fälle, die die Frage fälschlicherweise nicht erhalten haben.

Im Datensatz gibt es zwei Fälle, die eine ungewöhnliche lange Bearbeitungsdauer von über 300.000 Sekunden aufweisen. Laut Auskunft des Erhebungsinstituts handelt es sich vermutlich um einen Fehler in der verwendeten Software, da in dieser eingestellt war, dass die Befragung nach 18.000 Sekunden automatisch beendet wird. Die beiden Fälle wurden in der Variable *duration* auf den Missingcode (-1) "Zeitmessung ungültig wegen Unterbrechung" recodiert.

Hinweise zur Nachbefragung der Abbrecher

Im Anschluss an das fünfzehnte Online-Tracking der GLES wurde eine Nachbefragung der Abbrecher durchgeführt. Ziel dieser Nachbefragung war unter anderem herauszufinden, inwiefern sich die Abbrecher von den Teilnehmern der Hauptbefragung unterscheiden. Weiterhin wurde versucht, die Gründe für den Abbruch von Online-Befragungen näher zu beleuchten.

Durch die Nachbefragung der Abbrecher weist der Datensatz von ZA5348 einige Besonderheiten auf, die bei der Verwendung beachtet werden müssen. Der Datensatz teilt sich in zwei Teile auf. Die Variablen am Anfang des Datensatzes gehören zum Online-Tracking T15 (Hauptbefragung), während die Variablen am Ende des Datensatzes zur Nachbefragung der Abbrecher gehören. Letztere Variablen lassen sich am Präfix "nb_" erkennen.

Der Datensatz enthält die Daten für alle Befragten, die mit dem Online-Tracking T15 begonnen haben, d.h. der Datensatz enthält neben allen Befragten, die vollständige Interviews gaben auch diejenigen Befragten, die die Befragung abgebrochen haben. Daraus ergibt sich die folgende Besonderheit, die es zu Beachten gilt: Wenn ein Befragter zu einem gegebenen Zeitpunkt tx die Befragung abgebrochen hat, dann enthält Datensatz für diesen Befragten gültige Antworten für alle Zeitpunkte vor tx und fehlende Werte (Code (110) "Befragung abgebrochen") für alle Zeitpunkte nach tx. Dies kann unter Umständen dazu führen, dass Berechnungen mit diesen Daten unterschiedlich hohe Fallzahlen aufweisen, je nachdem, an welcher Stelle der Befragung die jeweiligen Variablen erhoben wurden.

Um die beschriebene Einschränkung zu vermeiden, empfiehlt es sich, sofern keine Interesse an der Nachbefragung besteht, die Variablen der Nachbefragung der Abbrecher sowie alle Daten der Abbrecher zu löschen, d.h. den Datensatz um die Abbrecher zu bereinigen. Dies kann unter Verwendung des Statistik-Pakets SPSS mit den folgenden Syntax-Befehlen erfolgen:

```
SELECT IF dispstat EQ 1.
```

```
EXECUTE.
```

```
DELETE VARIABLES nb_dispcode nb_ltpage nb_lfdnrq nb_javascript nb_atnsnb_field mut_sex  
mut_age mut_educ mutation nb_datetime TO T_nb_V024.
```

Der sich ergebende Datensatz kann anschließend ohne weitere Einschränkungen verwendet werden.

Links

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

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

German Longitudinal Election Study (GLES): www.gles.eu

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