

gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLES

Landtagswahl Bremen 2011

ZA5326, 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 Bremen 2011 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5326 Datenfile Version 1.0.0, doi:10.4232/1.10769.

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	Positionsisues	09. Dezember 2010	19. Dezember 2010
T12NB	Nachbefragung von Abbrechern	20. Dezember 2010	30. Dezember 2010
T13	Wirtschaftliche Lage	09. März 2011	19. März 2011
T13NB	Nachbefragung von Abbrechern	21. März 2011	30. März 2011
LTW BW	Landtagswahl Baden-Württemberg	09. März 2011	19. März 2011
LTW HH	Bürgerschaftswahl Hamburg	09. März 2011	19. März 2011
LTW RP	Landtagswahl Rheinland-Pfalz	09. März 2011	19. März 2011
LTW ST	Landtagswahl Sachsen-Anhalt	09. März 2011	19. 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	Bürgerschaftswahl Bremen	23. Mai 2011	04. Juni 2011

Studiennummer

ZA5326 (v1.0.0 (2011-08-17))

doi: 10.4232/1.10769

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente 8, Langfrist-Online-Tracking, Bürgerschaftswahl Bremen

Erhebungszeitraum

23. Mai bis 04. Juni 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 Bürgerschaftswahlbefragung in Bremen 2011 bilden die ab-16-jährigen Mitglieder mit deutscher Staatsangehörigkeit des von der Respondi AG betriebenen Online-Access-Panels sowie deren Kooperationspartnern, die in Bremen leben. Diese Personengruppe umfasste bei der Respondi AG 2011 in Bremen etwa 1.500 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	57%
Männlich	43%
Bildung	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	16%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	35%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	49%
Altersgruppen	
16-29 Jahre	38%
30-39 Jahre	24%
40-49 Jahre	19%
50-59 Jahre	11%
60 und älter	8%

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 unerwünschte 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 Felddaten 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 Bremen zu realisieren, kooperierte Respondi mit den Dienstleistern Panelbiz, SSI und Webmiles.

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

	Anzahl	Anteil in Prozent
Panelbiz	80	15,7%
Respondi	300	58,8%
Simyo	32	6,3%
SSI	19	3,7%
Unister	45	8,8%
Webmiles	34	6,7%
Gesamt	510	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 Bremen 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 Bremen

Quotierungsmerkmale	Soll in Prozent	Ist* in Prozent (mit Zeitunterschreibern ¹)	Ist* in Prozent (ohne Zeitunterschreiter ¹)	
			Version A	Version B
Geschlecht				
Weiblich	50,0%	56,9%	55,4%	56,9%
Männlich	50,0%	43,1%	44,6%	43,1%
Bildung				
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35,0%	19,4%	19,4%	19,3%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	40,0%	46,5%	44,8%	46,6%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	25,0%	34,1%	35,8%	34,1%
Altersgruppe				
16-29 Jahre	25,0%	22,0%	21,2%	21,0%
30-39 Jahre	20,0%	19,6%	17,2%	17,2%
40-49 Jahre	25,0%	23,1%	23,8%	24,5%
50-59 Jahre	15,0%	21,2%	22,3%	22,3%
60 Jahre und älter	15,0%	14,1%	15,5%	15,0%

* Tatsächliche Verteilung im Datensatz.

¹ Zur Definition von Zeitunterschreibern siehe Seite 15.

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 Bürgerschaftswahlbefragung in Bremen 2011 arbeitete der Paneldienstleister Respondi mit anderen Panellanbietern 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 38 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 15.

Tabelle 6: Teilnahme an der Bürgerschaftswahlbefragung 2011 in Bremen

Teilnehmerstatistik	Anzahl		Anteil in Prozent		
Von Respondi eingeladen	1.711	100,00%			
Interview nicht begonnen	932	54,47%			
Interview begonnen	779	45,53%	100,00%		
Abgebrochene Interviews	136		17,46%		
Ausgescreent	65		7,34%		
Abgewiesen	30		3,85%		
Beendete Interviews	548		70,35%	100,00%	
Mehrfachteilnahmen	38		6,93%		
Beendete Interviews ohne Mehrfachteilnahmen	510		93,07%	100,00%	100,00%
Zeitunterschreiter*					
Version A	57			11,18%	
Version B	44				8,63%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter*					
Version A	453			88,82%	
Version B	466				91,37%

* Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 15.

Statistik über die Rekrutierung

Tabelle 7: Statistik über die Rekrutierung bei der Bürgerschaftswahlbefragung 2011 Bremen

Datum	Gruppe	N	Geschlecht		Alter					Bildung		
			männlich	weiblich	16-29	30-39	40-49	50-59	60+	niedrig	mittel	hoch
23.05.2011	1 (E)	531	249	282	186	105	102	83	55	138	191	202
24.05.2011	2 (E)	242	83	159	80	91	61	10	0	1	110	131
25.05.2011	Simyo	150	80	70	41	41	37	21	10	10	47	93
25.05.2011	Unister	126	70	56	22	24	26	22	32	26	90	10
25.05.2011	SSI	168	86	82	2	0	56	50	60	52	72	44
26.05.2011	1 (R)	302	142	160	106	60	58	47	31	78	109	115
27.05.2011	2 (R)	157	54	103	52	59	40	6	0	1	71	85
27.05.2011	3 (E)	79	30	49	31	25	12	9	2	7	25	47
27.05.2011	Panelbiz	242	84	158	48	40	44	66	44	50	132	60
27.05.2011	Webmiles	124	62	62	14	18	36	36	20	24	8	52
01.06.2011	4 (E)	5	2	3	0	0	0	3	2	5	0	0
02.06.2011	5 (E)	44	13	31	26	9	8	1	0	5	9	30

E: Eingeladen; R: Remindet.

Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 8: Teilnahme-statistik der Bürgerschaftswahlbefragung 2011 Bremen nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunterschreibern*		Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiber*			
	relativ	absolut	Relativ	absolut	Version A		Version B	
					relativ	absolut	relativ	absolut
Mo 23.05.2011	14,89%	116	17,06%	87	18,10%	82	17,81%	83
Di 24.05.2011	18,50%	144	20,97%	107	21,64%	98	20,84%	97
Mi 25.05.2011	7,45%	58	6,67%	34	6,62%	30	6,22%	29
Do 26.05.2011	7,57%	59	8,63%	44	7,28%	33	7,51%	35
Fr 27.05.2011	4,88%	38	4,90%	25	4,86%	22	4,72%	22
Sa 28.05.2011	2,18%	17	2,35%	12	2,21%	10	2,36%	11
So 29.05.2011	1,28%	10	1,18%	6	1,10%	5	1,07%	5
Mo 30.05.2011	4,11%	32	4,12%	21	3,97%	18	4,29%	20
Di 31.05.2011	4,49%	35	4,31%	22	3,97%	18	4,08%	19
Mi 01.06.2011	13,09%	102	12,55%	64	13,47%	61	13,30%	62
Do 02.06.2011	5,52%	43	5,10%	26	5,30%	24	5,36%	25
Fr 03.06.2011	10,65%	83	8,63%	44	7,73%	35	8,58%	40
Sa 04.06.2011	5,39%	42	3,53%	18	3,75%	17	3,86%	18
Gesamt	100,00%	779	100,00%	510	100,00%	453	100,00 %	466

* Zur Definition von Zeitunterschreibern siehe Seite 15.

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 9: Bearbeitungsdauer im Landtagswahl-Boost in Bremen

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Befragungsdauer	Maximale Befragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
Mit Zeitunterschreibern*	480	00:06:48	02:15:24	00:38:09	00:34:25
Ohne Zeitunterschreiter*					
Version A	423	00:20:42	02:15:24	00:41:07	00:36:40
Version B	438	00:15:27	02:15:24	00:40:17	00:38:11

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

Datensatz

Versionsnummer: 1.0.0

Datei: ZA5326_v1-0-0.sav (SPSS); ZA5326_v1-0-0.dta (STATA);

Tabelle 10: Variablen im Landtagswahl-Boost in Bremen

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	578
Zeitvariablen	310
Systemvariablen	19
Gesamt	907

Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

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

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-1_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
A31_a	Wichtigste Informationsquelle
B23a-1_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_pol	Internetnutzung, politisch, LTW
A34a (A34aa-e)	Internetnutzung, Seiten
L30_nw	Interesse am Wahlkampf, Land (Nachwahl)
L01_nw	Wahlberechtigung, Land mit LTW (NW)
L02_nw	Wahlbeteiligung, Land
L03a-h_nw	Beabsichtigte Stimmabgabe, Land, 5 Stimmen
L04_nw	Stimmabgabe, hypothetisch
L04a-h_nw	Hyp. Stimmabgabe, Land mit LTW, Nachwahl
L72	Zeitpunkt der Wahlentscheidung

L73	Schwierigkeit der Wahlentscheidung
L69	Zufriedenheit, Wahlausgang, Land
L74	Emotionen: Wut, Intensität, Wahlergebnis
L75	Emotionen: Begeisterung, Intensität, Wahlergebnis
L76	Sonntagsfrage
L13a_a-c_nw	Wichtigkeit der Wahlebene, Land (Nachwahl)
L16_nw	Ausgang der Wahl, Land (NW)
L77	Wahl-o-mat: Nutzung
L78	Wahl-o-mat: Partei
L79	Wahl-o-mat: Erwartungen
L80	Wahl-o-mat: Bedeutung für Wahlentscheidung
L07a-x	Skalometer, Parteien, Land
L11a-x	Skalometer, Politiker, Land
L36a-d_a-xy	Eigenschaften, Kandidaten, Land
L12a_nw	Präferenz, Ministerpräsident, Land (Nachwahl)
L20	Wichtigstes Problem, Land
L21	Wichtigstes Problem, Land, Lösungskompetenz
L45	Zweitwichtigstes Problem, Land
L46	Zweitwichtigstes Problem, Land, Lösungskompetenz
L63a-m	Ebene der Problemlösung
L09	Skalometer, Regierung, Land
L40a-x_y	Leistung Regierungsparteien, Land
L41a-x_y	Leistung Oppositionsparteien, Land
A16a-j_a	Skalometer, Koalitionen
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
L31_nw	Information zum Wahlkampf, Land (Nachwahl)
L32_nw	Parteikontakte (Land)
L33a-k	Parteikontakte (Land), Art
L34aa-kf	Parteikontakte (Land), Art, Partei
L77_wk	Wahlkampf hilfreich
T6_023aa-e	Meinungen über den Wahlkampf I (gekürzt)
T6_23b	Meinungen über den Wahlkampf II
T6_23c	Meinungen über den Wahlkampf III
T6_23d	Meinungen über den Wahlkampf IV
L_hh002	Wahlsystem Meinung
L_hb001a-h	Wahlsystem Aussagen
L_hh004	Wissen Kumulieren
L_hh005	Wissen Panaschieren
L06a-p	Recall, Land
A30	Gespräche über Politik
A30_aa_nw	Gespräche über Politik, LTW (Nachwahl)
A30b_1	Gesprächspartner 1, Beziehung (LTW)
A30b_1_i_nw	Gesprächspartner 1, Intensität (Nachwahl)
L62b	Gesprächspartner 1, Verständnis von Politik
L62c	Gesprächspartner 1, Meinungsverschiedenheit
A30e_a	Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung
L62e_nw	Gesprächspartner 1, LTW, Wahlentscheidung (Nachwahl)
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
L_hb002a-e	Wissen um Standpunkte I
L_hb003a-e	Wissen um Standpunkte II
L_hb004a-e	Wissen um Standpunkte III
L_hb005a-e	Wissen um Standpunkte IV
L_hb006a-e	Wissen um Standpunkte V
L_hb007a-e	Eigene Standpunkte
E51-E58	Verbundenheit, Batterie
A48	Regierung, Unterschied
A48_a	Regierung, Unterschiede, Land
A49_aa	Parteien, Unterschiede
A49_a	Parteien, Unterschiede, Land
T6_025	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, damalog/früher
A53	Beruf
A53a	Beruf, damalog/früher
A54	Haushaltsgröße
A55	Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre
A42	Religionszugehörigkeit
A42a	Kirchgangshäufigkeit, christlich
A42b	Kirchgangshäufigkeit, jüdisch
A42c	Kirchgangshäufigkeit, muslimisch
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 ZA5326_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_hb_v0: Gewichtung HB (Anpassung an Mikrozensus)
 - gew2_hb_v0: Gewichtung HB (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version A:
 - gew1_hb_v1: Gewichtung HB (Anpassung an den Mikrozensus)
 - gew2_hb_v1: Gewichtung HB (Anpassung an Onliner)
- für alle Fälle ohne die Zeitunterschreiter der Version B:
 - gew1_hb_v2: Gewichtung HB (Anpassung an den Mikrozensus)
 - gew2_hb_v2: Gewichtung HB (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. 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

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.

Stimmzahl bei Stimmabgabe (L03a-h_nw) und hypothetischer Stimmabgabe (I04a-h_nw)

Bei der Abfrage der abgegebenen (L03a-h_nw) und der hypothetisch abgegebenen (I04a-h_nw) Stimmen war es möglich, dass mehr als der maximal erlaubten Anzahl von 5 Stimmen angegeben wurden. Die Angaben der Befragten sind vollständig im Datensatz belassen. Die Variablen L03_nw und L04nw geben die Anzahl der insgesamt vergebenen Stimmen an

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, August 2011