

---

# gesis

Leibniz-Institut  
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal  
Election Study



**GLEES 2009**

**Langfrist-Online-Tracking, T3**

ZA5336, Version 4.0.0

*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 auf den Seiten der GESIS unter [www.gesis.org/gles](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; Rudi, Tatjana; Steinbrecher, Markus (2011): Langfrist-Online-Tracking, T3 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5336 Datenfile Version 4.0.0, doi:10.4232/1.10390.

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: Online-Tracking 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

ZA5336 (Pre-Release 4.0.0 (2011-02-28))

doi: 10.4232/1.10390

## Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente X/8, Langfrist-Online-Tracking, T3: Wirtschaftliche Lage

## Erhebungszeitraum

03. Juli bis 13. Juli 2009

## Primärforscher/innen

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Prof. Dr. Hans Rattinger       | (Universität Mannheim)                            |
| Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher  | (Universität Frankfurt)                           |
| Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck | (Universität Mannheim)                            |
| PD Dr. Bernhard Weßels         | (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung) |

## Finanzierende Stelle

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

## Datenerhebung

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

## Grundgesamtheit

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

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

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

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

Tabelle 3: Rekrutierungswege bei Respondi

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

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

Nach eigenen Angaben betreibt Respondi ein wirkungsvolles Qualitätsmanagement. Über ein internes Bewertungssystem wird das Antwortverhalten der Panelisten kontinuierlich beobachtet und gemessen.

---

Gründe für ein Löschen von Panelisten aus der Datenbank sind laut Respondi beispielsweise fehlende Teilnahme über einen Zeitraum von zwölf Monaten sowie Doppelanmeldung und bewusste Falschangaben bei mehreren Befragungen.

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

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

## Auswahlverfahren und Quotierung

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

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

Tabelle 4: Quotierung

| Quotierungsmerkmale                                    | Soll<br>in Prozent | Ist*<br>in Prozent<br>(mit Zeitunterschreibern <sup>1</sup> ) | Ist*<br>in Prozent<br>(ohne Zeitunterschreiber <sup>1</sup> ) |
|--|--------------------|---|---|
| <b>Geschlecht</b>                                      |                    |   |   |
| Weiblich   | 50,0%              | 49,9%   | 49,1%   |
| Männlich   | 50,0%              | 50,1%   | 50,9%   |
| <b>Bildung</b>   |                    |   |   |
| Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule) | 35,0%              | 31,8%   | 31,3%   |
| Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)               | 40,0%              | 41,1%   | 41,0%   |
| Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)        | 25,0%              | 27,1%   | 27,7%   |
| <b>Altersgruppe</b>                                    |                    |   |   |
| 18-29 Jahre  | 25,0%              | 25,0%   | 32,2%   |
| 30-39 Jahre  | 20,0%              | 19,2%   | 18,8%   |
| 40-49 Jahre  | 25,0%              | 24,9%   | 25,4%   |
| 50-59 Jahre  | 15,0%              | 15,4%   | 15,8%   |
| 60 Jahre und älter                                     | 15,0%              | 15,4%   | 16,7%   |

\* tatsächliche Verteilung im Datensatz

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

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

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

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

## Erhebungsverfahren

Online-Befragung mit standardisiertem Fragebogen



## Erhebungssoftware

GlobalPark, Umfragecenter Version 5.0

## 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 der Bundestagswahl 2009.

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

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher und Ina Bieber“

### Erinnerung des 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 zwei Gruppen: Panelisten, die das Interview begannen, aber nicht beendeten, wurden der Kategorie „Abgebrochene Interviews“ zugeordnet. 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 Zeitunterschreiter identifiziert. Die Definition der Zeitunterschreiter erfolgt weiter unten (S. 13).

Tabelle 5: Teilnahme

| Teilnehmerstatistik                         | Anzahl | Anteil in Prozent |         |
|---|--------|-------------------|---------|
| Von Respondi eingeladen                     | 4.400  | 100,00%           |         |
| Interview nicht begonnen                    | 2.580  | 58,64%            |         |
| Interview begonnen                          | 1.820  | 41,36%            | 100,00% |
| Abgebrochene Interviews                     | 415    |                   | 22,81%  |
| Abgewiesen                                  | 272    |                   | 14,94%  |
| Beendete Interviews                         | 1.133  | 62,25%            | 100,00% |
| Zeitunterschreiter                          | 98     |                   | 8,65%   |
| Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter | 1.035  |                   | 91,35%  |

## Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 6: Teilnahmestatik nach Tagen

| Datum         | Begonnen       |              | Gültige Fälle mit Zeitunterschreibern* |              | Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiter* |              |
|---------------|----------------|--------------|--|--------------|--|--------------|
|               | relativ        | absolut      | relativ                                | absolut      | relativ                                | absolut      |
| Fr 03.07.2009 | 5,77%          | 105          | 6,8%                                   | 77           | 7,1%                                   | 73           |
| Sa 04.07.2009 | 6,37%          | 116          | 7,4%                                   | 84           | 7,2%                                   | 75           |
| So 05.07.2009 | 4,01%          | 73           | 4,9%                                   | 55           | 4,8%                                   | 50           |
| Mo 06.07.2009 | 18,74%         | 341          | 22,7%                                  | 257          | 23,4%                                  | 242          |
| Di 07.07.2009 | 10,05%         | 183          | 10,1%                                  | 114          | 9,3%                                   | 96           |
| Mi 08.07.2009 | 10,49%         | 191          | 10,1%                                  | 114          | 10,5%                                  | 109          |
| Do 09.07.2009 | 7,42%          | 135          | 8,0%                                   | 91           | 8,2%                                   | 85           |
| Fr 10.07.2009 | 10,60%         | 193          | 11,0%                                  | 125          | 10,8%                                  | 112          |
| Sa 11.07.2009 | 9,73%          | 177          | 10,8%                                  | 122          | 10,5%                                  | 109          |
| So 12.07.2009 | 14,23%         | 259          | 7,9%                                   | 90           | 7,7%                                   | 80           |
| Mo 13.07.2009 | 2,58%          | 47           | 0,4%                                   | 4            | 0,4%                                   | 4            |
| <b>Gesamt</b> | <b>100,00%</b> | <b>2.566</b> | <b>100,00%</b>                         | <b>1.212</b> | <b>100,00%</b>                         | <b>1.077</b> |

\* 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 Zeitunterschreibern. 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 dritten Online-Tracking der GLES wurden solche Befragte als Zeitunterschreiter identifiziert, deren Bearbeitungsdauer weniger als 60 Prozent des Median der Gesamtbefragungsdauer aller Teilnehmer (ohne Personen, die das Interview unterbrachen) aufwies. Diese wurden aus dem Datensatz entfernt.

## Bearbeitungsdauer

Tabelle 7: Bearbeitungsdauer

| Bearbeitungsdauer        | N     | Minimale Befragungsdauer | Maximale Befragungsdauer | Arithmetisches Mittel | Median   |
|--------------------------|-------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|----------|
| mit Zeitunterschreibern* | 1.133 | 00:06:42                 | 02:36:53                 | 00:31:22              | 00:29:32 |
| ohne Zeitunterschreiter* | 1.035 | 00:18:41                 | 02:36:53                 | 00:33:00              | 00:31:18 |

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

## Datensatz

Pre-Release-Versionsnummer: 4.0.0

Datei: ZA5336\_v4-0-0.sav (SPSS); ZA5336\_v4-0-0.dta (STATA)

Tabelle 8: Variablen

| Variablentyp          | Anzahl     |
|-----------------------|------------|
| Inhaltliche Variablen | 425        |
| Zeitvariablen         | 317        |
| Systemvariablen       | 17         |
| <b>Gesamt</b>         | <b>759</b> |

## Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 9: Übersicht über die inhaltlichen Variablen

| Variable | Label  |
|----------|--|
| v_01     | Geschlecht                                       |
| v_02     | Alterskategorien                                 |
| v_03     | Bildung  |
| Buland   | Bundesland                                       |
| a01      | Politisches Interesse                            |
| a02      | Demokratiezufriedenheit                          |
| w20      | Zufriedenheit mit der Sozialen Marktwirtschaft   |
| a07      | Wahlbeteiligungsabsicht, BTW                     |
| a08a-b   | Beabsichtigte Stimmabgabe, BTW                   |
| a08c     | Hypothetische Stimmabgabe, BTW                   |
| a56_c1-3 | Gründe für Wahlentscheidung                      |
| a56_2_c  | Gründe für hypothetische Wahlentscheidung        |
| a09      | Sicherheit der Wahlentscheidung                  |
| a57a-f   | Alternativ wählbare Parteien                     |
| a10      | Ausgang der Wahl                                 |
| a12a-f   | Skalometer Parteien                              |
| a27a-k   | Skalometer Politiker                             |
| a28a-h   | Eigenschaften der Kanzlerkandidaten              |
| a29      | Kanzler-Präferenz                                |
| a11a-b   | Recall, BTW                                      |
| a13      | Skalometer Regierung                             |
| a14a-c   | Leistung Regierungsparteien                      |
| a15a-c   | Leistung Oppositionsparteien                     |
| a19      | Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv        |
| a20      | Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit  |
| w6a      | Zufriedenheit mit der Entwicklung des Einkommens |

---

|             |   |
|-------------|---|
| a21         | Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell                                  |
| a22         | Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv                               |
| w13a-e      | Wahrscheinlichkeit wirtschaftlicher Entwicklungen, Ego                |
| a16a-h      | Skalometer Koalitionen  |
| a17a-f      | Koalitionssignale   |
| a18         | Antizipierte Mehrheitsverhältnisse                                    |
| a18a        | Regierungserwartung   |
| a23         | Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv                         |
| a24         | Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit                   |
| w3          | Entwicklung Bruttoeinkommen   |
| w4          | Leute können sich mehr/weniger leisten                                |
| w5a-c       | Zufriedenheit mit wirtschaftlichen Entwicklungen                      |
| a25         | Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell                              |
| a26         | Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv                           |
| w13f-l      | Wahrscheinlichkeit wirtschaftlicher Entwicklungen                     |
| w31a-i      | Maßnahmen wirtschaftliche Lage  |
| a03_c       | Wichtigstes Problem   |
| a04         | Wichtigstes Problem, Lösungskompetenz                                 |
| a05_c       | Zweitwichtigstes Problem  |
| a06         | Zweitwichtigstes Problem, Lösungskompetenz                            |
| l17         | Allgemeine wirtschaftliche Lage, Land, aktuell                        |
| l18         | Allgemeine wirtschaftliche Lage, Land, Vergleich                      |
| w10         | Allgemeine wirtschaftliche Lage, Region, aktuell                      |
| c05a-f7     | Positionsissue (7): Sozioökonomische Dimension, Parteien              |
| c05g7       | Positionsissue (7): Sozioökonomische Dimension, Ego                   |
| c05i7       | Positionsissue (7): Sozioökonomische Dimension, Wichtigkeit           |
| w17a-f7     | Positionsissue (7): Rolle des Staates in der Wirtschaft, Parteien     |
| w18_7       | Positionsissue (7): Rolle des Staates in der Wirtschaft, Ego          |
| w19a7       | Positionsissue (7): Rolle des Staates in der Wirtschaft, Wichtigkeit  |
| w33a-f7     | Positionsissue (7): Schuldenaufnahme des Staates, Parteien            |
| w34_7       | Positionsissue (7): Schuldenaufnahme des Staates, Ego                 |
| w35_7       | Positionsissue (7): Schuldenaufnahme des Staates, Wichtigkeit         |
| c05a-f11    | Positionsissue (11): Sozioökonomische Dimension, Parteien             |
| c05g11      | Positionsissue (11): Sozioökonomische Dimension, Ego                  |
| c05i11      | Positionsissue (11): Sozioökonomische Dimension, Wichtigkeit          |
| w17a-f11    | Positionsissue (11): Rolle des Staates in der Wirtschaft, Parteien    |
| w18_11      | Positionsissue (11): Rolle des Staates in der Wirtschaft, Ego         |
| w19a11      | Positionsissue (11): Rolle des Staates in der Wirtschaft, Wichtigkeit |
| w33a-f11    | Positionsissue (11): Schuldenaufnahme des Staates, Parteien           |
| w34_11      | Positionsissue (11): Schuldenaufnahme des Staates, Ego                |
| w35_11      | Positionsissue (11): Schuldenaufnahme des Staates, Wichtigkeit        |
| w32a-i      | Priorität bei Staatsausgaben  |
| a31         | Wichtigste Informationsquelle   |
| b23a-h      | Printmediennutzung, politisch   |
| b23x1-7_1-6 | Printmediennutzung, bias  |
| b24a-e      | Fernsehnutzung  |
| b24b        | Fernsehnutzung: Heute oder Heute Journal                              |
| b24c        | Fernsehnutzung: RTL Aktuell   |

---

---

|              |  |
|--------------|--|
| b24d         | Fernsehnutzung: Sat.1 Nachrichten  |
| b24e         | Fernsehnutzung: Pro 7 Newstime   |
| b24x1-7_1-5  | Fernsehnutzung, bias   |
| a34          | Internetnutzung, politisch   |
| a34aa-e_c    | Internetnutzung, Seiten  |
| a30          | Gespräche über Politik   |
| a30a         | Gesprächspartner 1, Beziehung  |
| a30b         | Gesprächspartner 1, Intensität   |
| a30c         | Gesprächspartner 1, Verständnis von Politik                              |
| a30d         | Gesprächspartner 1, Meinungsverschiedenheit                              |
| a30e         | Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung                                     |
| w38          | Maßnahmen Wirtschaftskrise, Bewertung                                    |
| w12aa-d_c1-2 | Schuld Wirtschaftskrise  |
| w12b_c       | Schuld Wirtschaftskrise, Nachfrage                                       |
| w39          | Krise in Deutschland im Vergleich  |
| w1           | Bekämpfung der Wirtschaftskrise: Zufriedenheit mit Bundesregierung       |
| w2a-d        | Bekämpfung der Wirtschaftskrise: Zufriedenheit mit Politikern            |
| w11          | Sorge Wirtschaftskrise   |
| w23a-k       | Aussagen Wirtschaftskrise  |
| w40aa-d_c1-2 | Lösung Wirtschaftskrise  |
| w40b_c       | Lösung Wirtschaftskrise, Nachfrage                                       |
| w40ca-h      | Lösung Wirtschaftskrise, Koalitionen                                     |
| w24          | Politisches Wissen: Anzahl der Arbeitslosen                              |
| w42          | Anschaffungen in der Wirtschaftskrise, richtiger oder falscher Zeitpunkt |
| a32a-f       | Links-Rechts-Einstufung, Parteien  |
| a33          | Links-Rechts-Selbsteinstufung  |
| a48          | Regierung, Unterschiede  |
| a49          | Parteien, Unterschiede   |
| w21          | Position Demokratie  |
| w22          | Position Soziale Marktwirtschaft   |
| w42a-f       | Gerechtigkeit  |
| a36          | Parteiidentifikation   |
| a37          | Parteiidentifikation, Stärke   |
| a38          | Parteiidentifikation, Dauer  |
| a39a-l       | Organisationsmitgliedschaft  |
| a54c         | Haushaltsgröße   |
| a55c         | Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre                                      |
| a50          | Erwerbstätigkeit   |
| d092         | Befristetes Arbeitsverhältnis, ja/nein                                   |
| d093         | Befristetes Arbeitsverhältnis, Dauer der Befristung                      |
| a41          | Angst vor Stellenverlust   |
| d095         | Stellenverlust   |
| d096         | Verhältnis Ausbildung und derzeitige Stelle                              |
| w49          | Kurzarbeit, ja/nein  |
| w25a-b       | Kurzarbeit, seit: Monat & Jahr   |
| w26a-b       | Arbeitslosigkeit, seit: Monat & Jahr                                     |
| w48          | Frühere Erwerbstätigkeit   |
| a53          | Beruf  |

---

---

|           |  |
|-----------|--|
| a53a      | Beruf, damals/früher   |
| w25aa     | Kurzarbeit, retrospektiv                                     |
| w26c      | Arbeitslosigkeit, retrospektiv, Dauer in Monaten             |
| a52       | Familienstand  |
| d042      | Feste(r) Partner/in, ja/nein                                 |
| d101      | Erwerbstätigkeit, Partner/in                                 |
| w25c      | Kurzarbeit, Partner/in                                       |
| w26bp     | Arbeitslosigkeit, Partner/in, ja/nein                        |
| w26bm     | Arbeitslosigkeit, Partner/in, seit: Monat & Jahr             |
| w26bj     | Arbeitslosigkeit, Partner/in, seit: Jahr                     |
| w26bb     | Arbeitslosigkeit, Partner/in, retrospektiv, Dauer in Monaten |
| w26e      | Arbeitslosigkeit im persönlichen Umfeld                      |
| w26f      | Kurzarbeit im persönlichen Umfeld                            |
| w27a-d    | Arbeitsplatzwechsel  |
| a40       | Beschäftigungssektor   |
| a40a      | Beschäftigungssektor, damals/früher                          |
| w28a      | Lage im Betrieb: Entlassungen                                |
| w28b      | Lage im Betrieb: Kurzarbeit                                  |
| d097      | Angst Betriebsverlust  |
| a51       | Geburtsjahr  |
| a42       | Religionszugehörigkeit                                       |
| a42a      | Kirchgangshäufigkeit, christlich                             |
| a42b      | Kirchgangshäufigkeit, jüdisch                                |
| a42c      | Kirchgangshäufigkeit, muslimisch                             |
| a43       | Deutsche Staatsbürgerschaft, ja/nein                         |
| a43a      | Deutsche Staatsbürgerschaft, seit wann                       |
| a45       | Geburtsland  |
| a46a      | Geburtsland der Mutter                                       |
| a46b      | Geburtsland des Vaters                                       |
| a44       | Schichtzugehörigkeit, subjektiv                              |
| a47       | Haushaltseinkommen   |
| w29a      | Finanzielle Verluste, Ego                                    |
| w30b_c1-2 | Finanzielle Verluste, Ego, Nachfrage Finanzprodukte          |

---

Des Weiteren wurde dem Datensatz die Variable „Wahlkreis“ zugespielt. Zur Bestimmung der Wahlkreise der Respondenten, wurde die von Respondi in den Stammdaten mitgelieferte Postleitzahl verwendet. Diese war für 1.106 von 1.133 Panelisten (97,62 Prozent) verfügbar. 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 1.106 Fällen (1,99 Prozent) geben die Postleitzahlen keine genaue Auskunft über den Wahlkreis, da die Wahlkreise nicht mit den Postleitzahlbezirken identisch sind. In diesen Fällen wurde der Wert 997 (nicht zuzuordnen) vergeben.



## Hinweise zur Skalierung der Positionsisues

Im Online-Tracking III der GLES wurden bei der Abfrage der Positionsisues (Sozioökonomische Dimension; Rolle des Staates in der Wirtschaft; Schuldenaufnahme des Staates) sowohl 7er-Skalen als auch 11er-Skalen angewendet. Hierbei wurde ein *split-half* durchgeführt. Dies soll es ermöglichen, Unterschiede zwischen beiden Skalierungsarten analysieren zu können.

## 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.

## Codierung der Parteien

Die Codierung der politischen Parteien erfolgte bei allen Fragen, die eine geschlossene oder offene Abfrage zu politischen Parteien beinhaltete, nach dem gleichen Codierschema. In diesem Codierschema wurde sowohl ein Code für die Unionsparteien als auch zusätzlich Codes für die beiden Schwesterparteien CDU und CSU vergeben. Die Codes der politischen Parteien sind aus der folgenden Tabelle ersichtlich.

Tabelle 10: Codierung

| Code | Partei                  | Code | Partei                    |
|------|-------------------------|------|---------------------------|
| 1    | CDU/CSU                 | 30   | Pro D-Mark                |
| 2    | CDU                     | 31   | Rentnerpartei             |
| 3    | CSU                     | 32   | STATT Partei              |
| 4    | SPD                     | 33   | Unabhängige               |
| 5    | FDP                     | 34   | ZENTRUM                   |
| 6    | Bündnis 90/Die Grünen   | 35   | 50 Plus                   |
| 7    | Die Linke               | 36   | Autofahrerpartei          |
| 8    | andere                  | 37   | Biertrinkerpartei         |
| 9    | NPD                     | 38   | BfR                       |
| 10   | REP                     | 39   | DGG                       |
| 11   | DVU                     | 40   | Die Violetten             |
| 12   | Familienpartei          | 41   | D4U                       |
| 13   | Die Grauen              | 42   | FPD                       |
| 14   | PBC                     | 43   | Freie Sachsen             |
| 15   | Tierschutzpartei        | 44   | Freie Wähler              |
| 16   | BüSo                    | 45   | KPD/DKP                   |
| 17   | Bayernpartei            | 46   | ÖDP                       |
| 18   | Die Frauen              | 47   | Piratenpartei             |
| 19   | MLPD                    | 48   | Schill Partei             |
| 20   | AGFG                    | 49   | Junge Liste               |
| 21   | APPD                    | 50   | FBI                       |
| 22   | Bündnis für Deutschland | 51   | Newropeans                |
| 23   | CM                      | 52   | SSW                       |
| 24   | Die PARTEI              | 80   | sonstige                  |
| 25   | DSU                     | 81   | rechte Parteien allgemein |
| 26   | HP                      | 82   | linke Parteien allgemein  |
| 27   | Humanwirtschaftspartei  | 83   | kleine Parteien           |
| 28   | Offensive D             | 84   | keine                     |
| 29   | PSG                     | 85   | alle gleich gut           |

## Codierung der Haushaltsgröße

Die Variablen *Haushaltsgröße* (A54c) und *Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre* (A55c) wurden aus den gefiltert abgefragten Variablen A54, A54s und A55s berechnet. Wer in der Variable A54 angab, dass er/sie alleine wohnt, wurde in der Variable A54c (Haushaltsgröße) als 1-Personen-Haushalt codiert. Wer angab, dass er/sie mit einer weiteren Person im Haushalt lebt (A54s), wurde dementsprechend als in einem 2-Personen-Haushalt lebend vermerkt. Für alle weiteren Werte (aus A54s) wurde entsprechend verfahren. Die Anzahl der Person unter 18 Jahren im Haushalt wurde berechnet, indem alle 1-Personen-Haushalte aus A54c sowie alle Haushalte, die in der Variable A55s angaben, dass niemand im Haushalt jünger als 18 Jahre alt sei, den Wert 1 (keine Person unter 18 Jahre) bekamen. Alle anderen Werte wurde aus der Variable A55s übernommen, in der nach der Anzahl der Personen im Haushalt gefragt wurde, die jünger als 18 Jahre sind.

## Gewichtung

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

Die Daten enthalten zwei Gewichtungsvariablen:

- gew1\_t3: Gewichtung Welle T3 (Anpassung an Mikrozensus)
- gew2\_t3: Gewichtung Welle T3 (Anpassung an Onliner)

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

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

Die Gewichtungsvariablen haben folgende Ausprägungen:

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

## Unveröffentlichte Variablen

Aus datenschutzrechtlichen Gründen können nicht alle erhobenen Variablen zum freien Download zur Verfügung gestellt werden. Generell müssen frei verfügbare Datensätze so aufgebaut sein, dass ein „unverhältnismäßiger Aufwand“ zur De-Anonymisierung betrieben werden müsste. Das heißt, die Datensätze müssen „faktisch anonym“ sein. Um dies zu gewährleisten, wurden einige wenige Variablen aus den Datensätzen entfernt bzw. Ausprägungen zusammengefasst.

Bei der Durchführung von Online-Umfragen werden Variablen erhoben bzw. an GESIS übermittelt, die für die Durchführung der Online-Umfrage relevant sind, aber keine inhaltliche Aussagekraft ha-

ben. Diese werden, um die Datensätze nicht unnötig aufzublähen, nicht mit veröffentlicht, können aber bei Bedarf von GESIS ([gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org)) ohne Restriktionen erhalten werden.

### Übersicht über nicht veröffentlichte Variablen und die Bezugsmöglichkeit

| Variable   | Bezugsmöglichkeit   |
|--|---|
| Codelink (Befragungslink)  | auf Anfrage erhältlich  |
| Invitation Code (Einladungsinformationen)  | auf Anfrage erhältlich  |
| Browser ID (Informationen zum genutzten Browser)   | auf Anfrage erhältlich  |
| u_email (leere Variable)   | auf Anfrage erhältlich  |
| Respondi-ID (interne ID)   | auf Anfrage erhältlich  |
| Interviewerdauer   | wird in aufbereiteter Form veröffentlicht, auf Anfrage erhältlich |
| Absoluter Zeitstempel  | auf Anfrage erhältlich  |
| Quota (interne Variable von Globalpark)  | auf Anfrage erhältlich  |
| c_data (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)  | auf Anfrage erhältlich  |
| m_data (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)  | auf Anfrage erhältlich  |
| Output Modus (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)  | auf Anfrage erhältlich  |
| Letzte Seite (gibt die letzte Seite an, da keine Abbrecher in den Daten vorhanden sind, ist dies immer „Endseite“) | auf Anfrage erhältlich  |
| Seitenhistorie   | auf Anfrage erhältlich  |

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](mailto:gles@gesis.org).

## Hinweise und Anmerkungen

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

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

## Weitere Hinweise

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

Zeitvariable *duration* („time to complete survey“) und *tZahl\_Variablenname*: Diese Zeitvariablen sind zum Teil falsch berechnet worden, da nicht beachtet wurde, dass die Abfolge mancher Items randomisiert wurde. Zudem kommen in Einzelfällen negative Zeitwerte vor.

Vorsicht ist bei der Interpretation einiger Fälle der Variable A55c, *Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre*, im Online-Tracking 3: Wirtschaftliche Lage geboten. Auf Grund eines offenbar fehlerhaft programmierten Plausibilitätschecks, war es für Befragte, die angaben, mit einer oder mehreren weiteren Personen in einem Haushalt zu wohnen, nicht möglich auszugeben, dass alle diese Personen jünger als 18 Jahre seien. Befragte, die alleinerziehend sind oder die mit ausschließlich minderjährigen Personen in einem Haushalt leben, könnten somit aus technischen Gründen zur Angabe einer unzutreffenden Antwort gezwungen gewesen sein, insofern sie die Angabe nicht verweigerten. Ob es solche Fälle gab, und wenn ja, um wie viele Fälle es sich handelt, lässt sich ex-post nicht mehr bestimmen.

Bei der Frage A53 *Beruf* wurde die Filterführung fehlerhaft implementiert. Die Filteranweisung im Fragebogen lautete, dass die Frage A53 Beruf dann gestellt werden sollte, wenn die Variable A50 *Erwerbstätigkeit* die Ausprägungen 1, 2 oder 3 ("Vollzeit berufstätig", "Teilzeit berufstätig" oder "in Ausbildung als Lehrling/Azubi") aufwies. Tatsächlich wurde die Frage A53 Beruf jedoch nur bei den Ausprägungen 1 und 2 gestellt.

Im Datensatz findet sich eine Flaggenvariable *ProbFlag*, die anzeigt, wenn ein Fall problematische oder nicht plausible Werte aufweist. Ergänzend kommt die Stringvariable *ProbKomm* hinzu, in der die problematischen oder nicht plausiblen Werte kurz kommentiert werden. Hierauf sollte bei der Analyse und Interpretation der Daten geachtet 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, Februar 2011