
gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLEES 2009

Langfrist-Online-Tracking, T6

ZA5339, Version 3.0.0

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.

Bitte richten Sie Anmerkungen oder Problembeschreibungen zu den Daten an:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

E-Mail: gles@gesis.org

Zitierweise bei Veröffentlichungen

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

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Bieber, Ina; Bytzek, Evelyn; Scherer, Philipp (2015): Langfrist-Online-Tracking, T6 (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5339 Datenfile Version 3.0.0, doi:10.4232/1.12220.

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 Bundeswahl 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	26. September 2009
T7	Nachwahl	29. September 2009	08. Oktober 2009
T8	Nachwahl und Netzwerke	10. Dezember 2009	20. Dezember 2009
T9	Wirtschaftliche Lage	15. April 2010	23. April 2010

Studiennummer

ZA5339 (Pre-Release 3.0.0 (2015-05-06))

doi: 10.4232/1.12220

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente X/8, Langfrist-Online-Tracking, T6: Wahlkampf

Erhebungszeitraum

18. September bis 26. September 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

Deutsche Forschungsgemeinschaft e.V. (DFG)

Datenerhebung

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

Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit aller Tracking-Studien bildet das von der Respondi AG betriebene Online-Access-Panel. Dieses Panel umfasste 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
Geschlecht	
Weiblich	54%
Männlich	46%
Bildung	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	14%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	34%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	52%
Altersgruppen	
14-19 Jahre	11%
20-29 Jahre	41%
30-39 Jahre	23%
40-49 Jahre	16%
50-59 Jahre	7%
60 und älter	2%

Die Panelisten werden von Respondi auf unterschiedlichen Wegen rekrutiert. Dies erfolgt überwiegend online, zu einem geringen Anteil aber auch offline. 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 in Prozent	Ist* in Prozent (mit Zeitunterschreibern ¹)	Ist* in Prozent (ohne Zeitunterschreiber ¹)
Geschlecht			
Weiblich	50,0%	49,0%	47,6%
Männlich	50,0%	51,0%	52,4%
Bildung			
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35,0%	36,1%	36,3%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	40,0%	35,2%	34,9%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	25,0%	28,6%	28,9%
Altersgruppe			
18-29 Jahre	25,0%	24,5%	23,8%
30-39 Jahre	20,0%	18,6%	16,5%
40-49 Jahre	25,0%	23,9%	24,4%
50-59 Jahre	15,0%	17,2%	17,8%
60 Jahre und älter	15,0%	16,0%	17,5%

* tatsächliche Verteilung im Datensatz

¹ 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 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 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	3.318	100,00%	
Interview nicht begonnen	1.684	50,75%	
Interview begonnen	1.634	49,25%	100,00%
Abgewiesen	268		16,40%
Abgebrochene Interviews	213		13,04%
Beendete Interviews	1.153	70,56%	100,00%
Zeitunterschreiter	143		12,41%
Beendete Interviews ohne Zeitunterschreiter	1.010		87,59%

Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 6: Teilnahme-statistik nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunterschreitern*		Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiter*	
	relativ	absolut	relativ	absolut	relativ	absolut
Fr 18.09.2009	7,22%	118	8,5%	98	9,1%	92
Sa 19.09.2009	3,86%	63	4,7%	54	4,9%	49
So 20.09.2009	3,00%	49	3,8%	44	3,7%	37
Mo 21.09.2009	24,85%	406	29,6%	341	30,5%	308
Di 22.09.2009	20,20%	330	21,2%	244	19,7%	199
Mi 23.09.2009	12,85%	210	9,5%	110	8,7%	88
Do 24.09.2009	8,51%	139	8,6%	99	8,6%	87
Fr 25.09.2009	11,69%	191	12,3%	142	13,0%	131
Sa 26.09.2009	5,39%	88	1,0%	12	1,0%	10
So 27.09.2009	2,45%	40	0,8%	9	0,9%	9
Gesamt	100,02%	1.634	100,00%	1.153	100,00%	1.010

* Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 13.

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 sechsten 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 unterbrochen) aufwies.

Bearbeitungsdauer

Tabelle 7: Bearbeitungsdauer

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Befragungsdauer	Maximale Befragungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
mit Zeitunterschreitern*	1.153	00:02:23	02:21:33	00:34:30	00:31:52
ohne Zeitunterschreiter*	1.010	00:19:48	02:21:33	00:37:15	00:34:25

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

Datensatz

Pre-Release-Versionsnummer: 3.0.0

Datei: ZA5339_v3-0-0.sav; ZA5339_v3-0-0.dta

Tabelle 8: Variablen

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	707
Zeitvariablen	362
Kontextvariablen	4
Systemvariablen	14
Gesamt	1.087

Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 9: Übersicht über die inhaltlichen Variablen

Kürzel	Variable
v_01	Geschlecht
v_02	Alter
v_03	Bildung
v_04c	Bundesland, recodiert
a01	Politisches Interesse
l58	Interesse am Wahlkampf
a02	Demokratiezufriedenheit
a07	Wahlbeteiligungsabsicht
a08a	Beabsichtigte Stimmabgabe: Erststimme
a08b	Beabsichtigte Stimmabgabe: Zweitstimme
a08c	Hypothetische Stimmabgabe
a08d_a	Stimmabgabe, Briefwähler: Erststimme
a08d_b	Stimmabgabe, Briefwähler: Zweitstimme
a56a-c	Gründe für Wahlentscheidung
a56c_c	Gründe für Wahlentscheidung: Briefwahl
a09	Sicherheit der Wahlentscheidung
a57a-f	Alternativ wählbare Parteien
t6_021_a	Schwierigkeit der Wahlentscheidung, Briefwähler
t6_021	Schwierigkeit der Wahlentscheidung
a10	Ausgang der Wahl
a12a-f	Skalometer Parteien
a27a-k	Skalometer Politiker
a28a-h	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten
a29	Kanzlerpräferenz

a11a	Recall: Erststimme
a11b	Recall: Zweitstimme
a13	Skalometer Regierung
a14a-c	Leistung Regierungsparteien
a15a-c	Leistung Oppositionsparteien
k24a	Große Koalition: Einfluss insgesamt CDU/CSU vs. SPD
k24b	Große Koalition: Einfluss insgesamt CDU vs. CSU
k25aa-kk	Große Koalition: Einfluss nach Politikbereichen CDU/CSU vs. SPD
a21	Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell
a19	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv
a20	Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit
a22	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv
a16a-j	Skalometer Koalitionen
a17a-g	Koalitionssignale
a18	Antizipierte Mehrheitsverhältnisse
a18a	Regierungserwartung
a23	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
a24	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit
a25	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
a26	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv
a03	Wichtigstes Problem
a04	Wichtigstes Problem, Lösungskompetenz
a05	Zweitwichtigstes Problem
a06	Zweitwichtigstes Problem, Lösungskompetenz
w1	Bekämpfung der Wirtschaftskrise: Zufriedenheit mit Bundesregierung
w2a-d	Bekämpfung der Wirtschaftskrise
e10_09	Recall, EPW
106a_49	Recall, Baden-Württemberg
106a_50	Recall, Bayern, Variante 1
106c_50	Recall, Bayern, Variante 2
106b_51	Recall, Berlin
106c_52	Recall, Brandenburg
106e_53	Recall, Bremen
106d_54	Recall, Hamburg
106c_56	Recall, Mecklenburg-Vorpommern
106a_57	Recall, Niedersachsen
106a_58	Recall, Nordrhein-Westfalen
106a_59	Recall, Rheinland-Pfalz
106a_60	Recall, Saarland
106c_61	Recall, Sachsen
106a_62	Recall, Sachsen-Anhalt
106c_63	Recall, Schleswig-Holstein
106a_64	Recall, Thüringen
a31_b	Wichtigste Informationsquelle
b23a-h	Printmediennutzung, politisch
b23aa_1-gg_6	Printmediennutzung, bias
b24a-e	Fernsehnutzung, politisch

b24aa_1-gg5	Fernsehnutzung, bias
t6_047a-d	Globalerfassung der Gespräche
t6_048a	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie
t6_049a	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde
t6_050a	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte
a34_btw	Internetnutzung, politisch
a34aa	Internetnutzung, Seiten, 1. Nennung
a34ab	Internetnutzung, Seiten, 2. Nennung
a34ac	Internetnutzung, Seiten, 3. Nennung
a34ad	Internetnutzung, Seiten, 4. Nennung
a34ae	Internetnutzung, Seiten, 5. Nennung
t6_006	Wahl-o-mat: Nutzung
t6_007	Wahl-o-mat: Partei
t6_008a	Wahl-o-mat: Erwartungen
t6_008b	Wahl-o-mat: Bedeutung für Wahlentscheidung
t6_009a-h	Social Networks: Nutzung
t6_010a-h	Social Networks: Beiträge über den Wahlkampf
t6_011a-g	Social Networks: Parteienbias
t6_012a-h	Social Networks: Eigene Beiträge
t6_001	Aktive Beteiligung
t6_002	Informationen zum Wahlkampf
t6_003a-m	Parteikontakte, Art
t6_004a_1-f_13	Parteikontakte, Art, Partei
t6_071	Wahlprogramm gelesen, ja/nein
t6_071a-e	Wahlprogramm gelesen: Partei
t6_030a	Wahrnehmung Aktivitäten Parteianhänger
t6_017aa-af	Wissen um Standpunkte: Laufzeit Atomkraftwerke
t6_017ba-bf	Wissen um Standpunkte: Einführung Mindestlohn
t6_017ca-cf	Wissen um Standpunkte: Verbot Online-Durchsuchung
t6_017da-df	Wissen um Standpunkte: Rentenkürzungen
t6_017ea-ed	Eigene Standpunkte
t6_065a-f	Verhalten der Parteien zueinander
t6_019	Glaubwürdigkeit SPD - Die Linke
t6_052	TV-Duell: Rezeption
t6_053	TV-Duell: Aufmerksamkeit
t6_054	TV-Duell: Wahrgenommener Ausgang: Angela Merkel
t6_055	TV-Duell: Wahrgenommener Ausgang: Frank-Walter Steinmeier
t6_056	TV-Duell: Rezeption Umfragen
t6_057	TV-Duell: Wahrgenommene Umfrageergebnisse
t6_059	TV-Duell: Rezeption des Medienurteils
t6_060	TV-Duell: Wahrgenommenes Medienurteil: Angela Merkel
t6_061	TV-Duell: Wahrgenommenes Medienurteil: Frank-Walter Steinmeier
t6_062	TV-Duell: Rezeption des Urteils des sozialen Umfelds
t6_063	TV-Duell: Wahrgenommenes Urteil des sozialen Umfelds: Angela Merkel
t6_064	TV-Duell: Wahrgenommenes Urteil des sozialen Umfelds: Frank-Walter Steinmeier

t6_06X	TV-Duell: Hilfe bei Wahlentscheidung
t6_014	Rezeption Umfragen
t6_015aa-ah	Aussagen über Umfragen
t6_015b	Aussagen über Umfragen: Bewertung des Einflusses von Umfragen
a30_b	Gespräche über Politik, BTW
a30a_a	Gesprächspartner 1, Beziehung
a30b_b	Gesprächspartner 1, Intensität
a30c	Gesprächspartner 1, Verständnis von Politik
a30d	Gesprächspartner 1, Meinungsverschiedenheit
a30e	Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung
t6_036	Weitere Gesprächspartner
t6_037a	Gesprächspartner 2, Beziehung, eine Person
t6_037b	Gesprächspartner 2, Beziehung, mehrere Personen
t6_038	Gesprächspartner 2, Intensität
t6_039	Gesprächspartner 2, Verständnis von Politik
t6_040	Gesprächspartner 2, Meinungsverschiedenheit
t6_041	Gesprächspartner 2, Wahlentscheidung
t6_042	Gespräche Partner
t6_043	Gespräche Partner, Gesprächsintensität
t6_044	Gespräche Partner, Verständnis von Politik
t6_045	Gespräche Partner, Meinungsverschiedenheit
t6_046	Gespräche Partner, Wahlentscheidung
t6_028a-f	Hilfreicher Wahlkampf
t6_028aa	Hilfreicher Wahlkampf: Gesellschaftliche Gruppen, und zwar
t6_029	Hilfreicher Wahlkampf, Nachfrage bei Mehrfachnennungen
t6_023aa-ag	Meinung über den Wahlkampf
t6_016a	Themenwahrnehmung: CDU
t6_016b	Themenwahrnehmung: CSU
t6_016c	Themenwahrnehmung: SPD
t6_016d	Themenwahrnehmung: FDP
t6_016e	Themenwahrnehmung: Bündnis 90/Die Grünen
t6_016f	Themenwahrnehmung: Die Linke
a32a-f	Links-Rechts-Einstufung, Parteien
a33	Links-Rechts-Selbsteinstufung
a48	Regierung, Unterschiede
a49	Parteien, Unterschiede
t6_025a-e	Parteienimages: Vote-seeking vs. Policy-seeking
t6_026a-e	Parteienimages: Zerstrittenheit
t6_027a-e	Parteienimages: Glaubwürdigkeit
b20a-g	Need
a39a-l	Organisationsmitgliedschaft
t6_066	Unterstützung Partei durch Gewerkschaft
a51	Geburtsjahr
a54	Haushaltsgröße
a55	Haushaltsgröße, jünger als 18 Jahre
a50	Erwerbstätigkeit
a41	Angst vor Stellenverlust

a53	Beruf
a53a	Beruf, damals/früher
a52	Familienstand
a40	Beschäftigungssektor
a40a	Beschäftigungssektor, damals/früher
a45	Geburtsland
a42	Religionszugehörigkeit
kirchg	Kirchgangshäufigkeit, christlich/jüdisch/muslimisch
a36	Parteiidentifikation
a38	Parteiidentifikation, Dauer
a37	Parteiidentifikation, Stärke
a43	Deutsche Staatsbürgerschaft
a43a	Deutsche Staatsbürgerschaft, seit wann
a46a	Geburtsland, Mutter
a46b	Geburtsland, Vater
a44	Schichtzugehörigkeit, subjektiv
a47	Haushaltseinkommen

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 1.073 von 1.153 Panelisten (93,06 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 zehn von 1.073 Fällen (0,93 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 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 "keine Angabe" 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", "andere Nennung/ist keine {Partei/Koalition/Regierung/etc.}" 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 beinhaltet, nach dem gleichen Codierschema. Es wurde sowohl ein Code für die Unionsparteien als auch zusätzlich Codes für die beiden Schwesternparteien 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

Gewichtung

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

Die Daten enthalten zwei Gewichtungsvariablen.

gew1_t6: Gewichtung Welle T6 (Anpassung an Mikrozensus)

gew2_t6: Gewichtung Welle T6 (Anpassung an Onliner)

Für die Erstellung der Gewichtungsfaktoren werden die Ist-Randverteilungen der verwendeten Gewichtsmerkmale (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 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 Geburtsland (Ego, Vater, Mutter)	auf Anfrage erhältlich
Kirchgangshäufigkeit nach unterschiedlichen Religionen	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

Programmierfehler bei den Skalometern der Variablen A16j und A16h

Aufgrund eines Programmierfehlers des Erhebungsinstituts wurden alle Antworten der Antwortkategorie (11) '+5 äußerst wünschenswert' der Variable A16j "Skalometer Koalitionen: SPD, Die Linke und Bündnis 90/Die Grünen" in der Variable A16h "Skalometer Koalitionen: SPD und FDP" abgespeichert. Dadurch bedingt wurden die abgespeicherten Werte der Variable A16h für die betreffenden Fälle überschrieben. Leider lassen sich die Werte der Variable A16h nicht wiederherstellen. Da davon auszugehen ist, dass die überschriebenen Werte einem systematischen Muster folgen, wurden alle Werte der Variable A16h überschrieben, um der Gefahr verzerrter Analyseergebnisse vorzubeugen. Alle Werte der Variable A16j wurden ebenfalls überschrieben. Die Werte der Variable A16j können jedoch näherungsweise mit Hilfe der am Ende des Datensatzes gespeicherten Variablen V001 und V002 rekonstruiert werden. Die Variable V001 enthält die ursprünglichen Werte der Variable A16h und V002 enthält die Werte der Variable A16j. Es kann davon ausgegangen werden, dass es sich bei denjenigen Fällen, die bei der Variable V002 (A16j) den Wert (99) keine Angabe und zugleich bei der Variable V001 (A16h) den Wert (11) aufweisen, um diejenigen Fälle handelt, bei denen die Werte der Variable A16j fälschlich in der Variable A16h abgespeichert wurden. Es ist jedoch auch denkbar, dass einige Befragte bei der Variable A16h den Wert (11) '+5 äußerst wünschenswert' gewählt haben und zugleich bei Variable A16j die Antwort verweigert haben. Es ist folglich nicht möglich, die Werte der Variable A16j fehlerfrei zu rekonstruieren. Eine Rekonstruktion der Werte kann lediglich näherungsweise erfolgen. Die ursprünglichen Werte der Variable A16h können unter keinen Umständen rekonstruiert werden. Wir warnen daher eindringlich davor, die Variable V001 für Analysen zu verwenden. Jegliche Versuche die Werte der Variable A16j mittels der Variablen V001 und V002 zu rekonstruieren, geschehen auf eigene Verantwortung. Weder die Primärforscher der GLES noch GESIS übernehmen die Verantwortung für derlei Versuche.

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

Der Fragebogen der Studie wurde im Rahmen der German Longitudinal Election Study entwickelt. Ein Ziel der Online-Trackings, insbesondere des ersten, waren Tests von Erhebungsinstrumenten, auch in Bezug auf die anderen Studienkomponenten. Des Weiteren stand die Entwicklung eines Kernfragebogens im Vordergrund, der möglichst einheitlich in allen GLES-Komponenten abgefragt werden sollte. Außerdem boten die ersten Online-Trackings die Möglichkeit, Veränderungen von Meinungen und Positionen weit vor dem Wahltermin zu messen und festzustellen, ab welchem Zeitpunkt die Wähler den Wahlkampf als solchen wahrnehmen. Einige Dinge wurden im Verlauf des Entwicklungsprozesses in Anlehnung an die anderen Studienkomponenten abgeändert. Insbesondere waren dies folgende Änderungen:

1. In der ersten und zweiten Trackingerhebung wurden die Parteien über ihre umgangssprachlich verwendeten Bezeichnungen abgefragt. Insbesondere betraf dies Bündnis 90/Die Grünen und Die Linke, die in diesen beiden Erhebungen mit „Grüne/n“ und „Linkspartei“ abgefragt wurden. Im Datensatz wurden Sie dennoch unter den ab der dritten Trackingerhebung verwendeten Bezeichnungen (Bündnis 90/Die Grünen und Die Linke) aufgeführt.
2. Bei der ersten Trackingerhebung lieferte BACES sogenannte soziodemographische Stammdaten von Respondi. Tests ergaben jedoch, dass die Daten nicht in jedem Fall mit den in dieser Befragung zusätzlich erhobenen soziodemographischen Merkmalen übereinstimmten. Daher wurden ab der zweiten Trackingerhebung eigene soziodemographische Daten erhoben.

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.

Bei der Abfrage des Bundeslandes, in dem der Befragte wohnt, waren Mehrfachantworten vermutlich möglich. Jedoch gab es in der Befragung hier keine mehrfachen Nennungen. Da es keine Mehrfachnennungen gab, konnte die in 16 Dummy-Variablen (Variablen v_2336 bis v_2351) gespeicherte Abfrage des Bundeslandes nachträglich in die Variable v_04c (Bundesland, recodiert) recodiert werden. Darüber hinaus konnte die Angabe des Bundeslandes verweigert werden, was von der Forschergruppe nicht intendiert war. Zwei Fälle verweigerten die Angabe und weisen daher kein Bundesland auf. Diese Fälle haben die bundeslandspezifischen Fragen (Recall-Frage in den Bundesländern) nicht zur Beantwortung erhalten.

Aufgrund eines Programmierfehlers im Online-Instrument wurde die Recall-Frage für die Landtagswahlen in Hessen lebenden Befragten nicht gestellt. Dafür erhielten in Bayern lebende Befragte zweimal die Frage nach ihrer Wahlentscheidung bei der letzten Landtagswahl. Allerdings unterschieden sich beide Abfragen darin, dass in einer Fragevariante die Freien Wähler als vorgegebene Antwortkategorien erschienen. Diese Variante war von der Forschergruppe vorgesehen. Im Datensatz sind beide Varianten der Recall-Frage in Bayern enthalten. Die von der Forschergruppe vorgesehene

Variante ist als "Recall, Bayern, Variante 2" bezeichnet, da sie nach der falschen Variante abgefragt wurde. Es ist weiterhin darauf hinzuweisen, dass in Bayern lebende Befragte nicht wie von der Forschergruppe angewiesen nach der beabsichtigten Stimmabgabe für die Partei CSU gefragt wurden, sondern nach der Stimmabgabe für die Partei CDU/CSU.

Insgesamt neun Personen haben noch am Tag der Bundestagswahl, am 27. September 2009 an der Befragung teilgenommen. Drei dieser Personen nahmen vor 8:00 Uhr teil, also vor Öffnung der Wahllokale. Die restlichen sechs Personen bearbeiteten die Umfrage noch zu späteren Zeitpunkten, so dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass diese Person bereits gewählt hatten.

Links

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

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

Universität Frankfurt: <http://www.uni-frankfurt.de>

Universität Mannheim: <http://www.uni-mannheim.de>

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB): <http://www.wzb.eu>

Erstellt wurde der Methodenbericht von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften und der Universität Frankfurt/Main in Zusammenarbeit mit BACES.

Mannheim, Mai 2015