

gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLES 2013

Langfrist-Online-Tracking

T21, 2013

ZA5721, Version 3.1.0

Studienbeschreibung

Zur Beachtung bei der Arbeit mit Pre-Releases

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) als Vorabversion (Pre-Release) herausgegeben werden. Das Ziel der Herausgabe eines solchen Pre-Releases ist es, die im Rahmen der German Longitudinal Election Study (GLES) erhobenen Daten der wissenschaftlichen Gemeinschaft so schnell wie möglich zugänglich zu machen. Trotz sorgfältiger Arbeit bei der Kontrolle und Aufbereitung der Daten können GESIS und die DGfW daher nicht garantieren, dass ein solcher Pre-Release bereits allen Ansprüchen genügt. Fehler werden unverzüglich über die Mailingliste der GLES bekanntgegeben und auf der Errata-Liste im Datenbestandskatalog (www.gesis.org/dbk) dokumentiert.

Wenn Ihnen bei Ihrer Arbeit mit den GLES-Daten ein Fehler auffällt, helfen Sie uns sehr, wenn Sie eine kurze E-Mail an gles@gesis.org schicken. Bitte schicken Sie uns zusätzlich zu der Beschreibung des Fehlers auch die Studiennummer (ZA-Nummer) sowie die Versionsnummer des Datensatzes.

Wir empfehlen, stets mit der aktuellen Version der GLES-Daten zu arbeiten. Sie können diese 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 Sie um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der GLES verwenden (bibliographische Angaben, Studiennummer des verwendeten Datensatzes). Veröffentlichungen, die vollständig oder teilweise auf Daten der GLES beruhen, werden in der offiziellen Bibliographie der GLES aufgeführt. 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-Dokuments.

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 wir diese wie folgt zu zitieren:

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Wolf, Christof; Bieber, Ina; Scherer, Philipp (2015): Langfrist-Online-Tracking T21 (GLES). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5721 Datenfile Version 3.1.0, doi:10.4232/1.12231.

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. Eine Übersicht über die bisherigen Online-Trackings bietet die nachfolgende Übersicht.

Tabelle 1: Die Langfrist-Online-Trackings der GLES

Welle	Schwerpunkt	Feldbeginn	Feldende
T1	Grundlegende Tests	30. April 2009	05. Mai 2009
T2	Wählen auf mehreren Ebenen	27. Mai 2009	05. Juni 2009
T3	Wirtschaftliche Lage	03. Juli 2009	13. Juli 2009
T4	Koalitionen	31. Juli 2009	11. August 2009
T5	Skalen- und Reihenfolgeexperimente	24. August 2009	01. September 2009
T6	Wahlkampf	18. September 2009	27. September 2009
T7	Nachwahl	29. September 2009	08. Oktober 2009
T7Exp	Experiment zur Bundestagswahl	08. Oktober 2009	25. Oktober 2009
T8	Nachwahl und Netzwerke	10. Dezember 2009	20. Dezember 2009
T9	Wirtschaftliche Lage	15. April 2010	23. April 2010
T10	Wählen auf mehreren Ebenen	24. Juni 2010	05. Juli 2010
T11	Psychologische Konstrukte	16. September 2010	26. September 2010
T12	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
T14	Wählen auf mehreren Ebenen	23. Mai 2011	03. Juni 2011
T14NB	Nachbefragung von Abbrechern	03. Juni 2011	13. Juni 2011
T15	Psychologische Konstrukte	24. August 2011	03. September 2011
T15NB	Nachbefragung von Abbrechern	05. September 2011	14. September 2011
T16	Positionsisues	08. Dezember 2011	18. Dezember 2011
T17	Wirtschaftliche Lage und Wählen auf mehreren Ebenen	02. Mai 2012	15. Mai 2012
T18	Netzwerke, psychologische Konstrukte und Koalitionen	17. September 2012	01. Oktober 2012

T19	EU-Krise und politische Partizipation	04. Januar 2013	19. Januar 2013
T20	Positionsisues und Europa	24. Mai 2013	08. Juni 2013
T21	Wahlkampf	06. September 2013	21. September 2013

Studiennummer

ZA5721 (Version 3.1.0)

doi: 10.4232/1.12231

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente X/8, Langfrist-Online-Tracking, T21: Wahlkampf.

Erhebungszeitraum

06.09.2013 – 21.09.2013

Primärforscher/innen

Prof. Dr. Hans Rattinger	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher	(Universität Frankfurt)
Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Bernhard Weßels	(Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung)
Prof. Dr. Christof Wolf	(GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften)

Finanzierende Stelle

Deutsche Forschungsgemeinschaft e.V. (DFG)

Datenerhebung

Das LINK Institut für Markt- und Sozialforschung mit Sitz in Frankfurt am Main übernahm die Programmierung des Online-Fragebogens und die Durchführung der Datenerhebung.

Grundgesamtheit und Auswahlgesamtheit

Die Grundgesamtheit des Online-Trackings bildet die zum Zeitpunkt der Erhebung zur Wahl des Deutschen Bundestags wahlberechtigte Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland. Da die Studie online durchgeführt wird, haben jedoch nicht alle wahlberechtigten Bürger eine Chance, für die Befragung des Online-Trackings ausgewählt zu werden. Die Auswahlgesamtheit umfasst daher ausschließlich die ab 18-jährigen Mitglieder mit deutscher Staatsangehörigkeit des LINK Internet Panel, die in Deutschland leben und mindestens einmal in der Woche zu privaten Zwecken das Internet nutzen. Diese Personengruppe umfasst im LINK Internet Panel zum Zeitpunkt der Erhebung nach Angaben des Instituts etwa 40.000 aktive Panelmitglieder. Als aktive Panelmitglieder werden dabei Personen definiert, die nach der telefonischen Rekrutierung die Stammdatenbefragung (Double-opt-in-Registrierung) ausgefüllt und in den letzten zwölf Monaten an mindestens einer Umfrage teilgenommen haben.

Tabelle 2: Grundgesamtheit des LINK Internet Panels nach sozio-demographischen Merkmalen zum Zeitpunkt der Erhebung des Online-Trackings T21

Merkmal	Anteil in Prozent
Geschlecht	
Weiblich	49
Männlich	51
Bildung¹	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	13
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	33
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	54
Altersgruppen	
18-29 Jahre	22
30-39 Jahre	22
40-49 Jahre	26
50-59 Jahre	17
60 Jahre und älter	13

Das LINK Internet Panel wird nach Angaben des Betreibers zu 100% aktiv in telefonischen Umfragen (CATI) rekrutiert.² Laut LINK entfielen somit systematische Verzerrungen durch

¹ 17% der Panelmitglieder haben bei der Frage nach ihrer formalen Bildung von der Möglichkeit, keine Angabe zu machen, Gebrauch gemacht. Laut LINK kann auf Grund der Ergebnisse anderer Studien davon ausgegangen werden, dass diese Gruppe überproportional viele formal niedrig gebildete Personen umfasst.

² Die Stichprobenbasis für die CATI-Umfragen bildet nach Angaben von LINK die ADM-Stichprobenbasis. Dies gelte sowohl für deutschlandweite Umfragen als auch für Umfragen innerhalb einzelner Bundesländer. Für die Stichprobenziehung würden je nach Vorgaben der jeweiligen Auftraggeber entweder nur Telefonanschlüsse im Festnetz verwendet oder es werde ein Dual-Frame-Ansatz gewählt, bei dem sowohl Festnetz- als auch Mobilfunkanschlüsse in die Stichprobenziehung eingingen. Es liegen der GLES keine Angaben zu durchschnittlichen Response Rates bei diesen CATI-Umfragen vor. Weiterhin ist nicht bekannt, wie viele CATI-Interviews durchschnittlich benötigt werden, um einen Fall für das LINK Internet Panel zu gewinnen.

Selbstselektionsprozesse. Von besonderer Bedeutung sei demnach die weitgehende Reduktion von Stichprobenverzerrenden Einflüssen, die sich bei einer Selbstselektion zum einen aus dem vermeintlich sehr hohen Anteil von Internetnutzern mit einer hohen Nutzungsintensität – sogenannte „heavy Internet user“ - und zum anderen aus der Rekrutierung auf einer mehr oder weniger eingeschränkten Anzahl von Websites ergeben könne.

Laut Angaben von LINK werden standardmäßig die nachfolgenden Methoden zur Panelpflege durchgeführt: Eine Zeit- und Antwortenkontrolle soll gewährleisten, dass Panelteilnehmer, die laut LINK „eindeutig falsche“ oder „widersprüchliche“ Antworten geben oder sich „zu schnell“ durch den Fragebogen durchklicken, nicht mehr zu weiteren Befragungen eingeladen werden. Bei der Kontrolle der „Stammdatenkonvergenz“ werde ein Abgleich zwischen den Angaben der Befragten in Umfragen - etwa zu Geschlecht und Alter - mit den bekannten Angaben aus der Stammdatenbefragung durchgeführt. Panelteilnehmer mit widersprüchlichen Angaben werden ebenfalls von weiteren Befragungsteilnahmen ausgeschlossen. Weiterhin erfolge eine Dokumentation der Teilnahmehistorie für alle Panelteilnehmer, so dass eine übermäßig häufige Befragung von individuellen Panelteilnehmern vermieden werden könne. Dies ist LINK zufolge gegeben, wenn jeder Panelteilnehmer maximal einmal pro Monat befragt werde. Zudem erlaube die Aufzeichnung der Teilnahmehistorie, dass Panelteilnehmer nicht mehrmals zu Umfragen zum gleichen Thema eingeladen werden.

Die Zeit- und Antwortenkontrolle sowie die Kontrolle der Stammdatenkonvergenz führe in Verbindung mit inaktiven Panelteilnehmern (Teilnehmer, die mehrfach nicht auf Einladungen reagieren) zu einem jährlichen Ausschluss von ca. 15% der Panelmitglieder. Weiterhin beenden laut LINK jährlich etwa 3-4% der Panelteilnehmer aktiv ihre Mitgliedschaft. Insgesamt liege der Panelausfall bei ca. 20% pro Jahr. Dieser Ausfall werde durch eine kontinuierliche Rekrutierung von neuen Panelmitgliedern in CATI-Umfragen kompensiert. Zudem strebe LINK ein stetiges Wachstum des Internet Panels an.

Ein mögliches Problem für Befragungen von Teilnehmern aus Online-Panels sind professionelle Befragungsteilnehmer, die auf Grund persönlichen oder finanziellen Interesses an sehr vielen Befragungen teilnehmen. Eine sehr hohe Befragungsintensität kann problematisch sein, wenn die Teilnahme an Befragungen die Erfahrungen, Einstellungen und Verhaltensweisen der Befragten beeinflussen – das sogenannte Panel Conditioning. Einer hohen Befragungsintensität kann durch eine maßvolle Einladungspraxis entgegengewirkt werden. Diese Maßnahme ist jedoch wirkungslos, wenn die Teilnehmer zugleich Mitglieder weiterer Online-Panels sind, über die sie an weiteren Befragungen teilnehmen. Nach eigenen Angaben fragt LINK die Mitglieder seines Internet Panels daher im Rahmen der Stammdatenbefragung nach der Mitgliedschaft in weiteren Online-Panels. Demnach seien zum Zeitpunkt dieser Erhebung ca. 10% der Panelmitglieder zugleich auch Mitglieder in mindestens einem weiteren Online-Panel.

Wie auch in anderen Online-Panels üblich, werden die Befragten des LINK Internet Panels für die Teilnahme an Befragungen incentiviert. Im Anschluss an eine Befragung erhalten die Befragten einen Amazon-Gutschein. Die Höhe des Gutscheins richtet sich dabei nach der vorausgerechneten Länge der Befragung. Für die Teilnahme an einer ca. 30-minütigen Online-Trackingbefragung erhielt ein Befragter im Jahr 2012 einen Amazon-Gutschein im Wert von 3,50 €.

Auswahlverfahren und Quotierung

Die Stichprobe für das Online-Tracking wird durch eine Quotenauswahl aus der Auswahlgesamtheit der im LINK Internet Panel zur Verfügung stehenden aktiven Panelteilnehmer generiert. Dabei werden nur volljährige Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit berücksichtigt. Weiterhin wird darauf geachtet, dass die Panelteilnehmer nur einmal jährlich an einem Online-Tracking der GLES teilnehmen können.

Die Teilnehmer werden nach den Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildung quotiert. Die Soll-Zahlen für die Quotierung basieren auf Kombinationen der jeweiligen Randverteilungen der Quotierungsmerkmale aus dem Mikrozensus, der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) sowie des (N)Onliner Atlas.

Tabelle 3: Quotierung im Online-Tracking T21

Quotierungsmerkmale	Soll	Ist*	Ist*
	in Prozent	in Prozent (mit Zeitunter- schreitern ¹)	in Prozent (ohne Zeitunter- schreiter ¹)
Geschlecht			
Weiblich	50	48,4	49,2
Männlich	50	51,6	50,8
Bildung			
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	35	30,7	31,0
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	40	40,4	40,3
Hoch (d.h. Fachhochschulreife, Abitur)	25	29,0	28,7
Altersgruppe			
18-29 Jahre	25	22,3	23,5
30-39 Jahre	20	20,7	17,7
40-49 Jahre	25	25,0	27,1
50-59 Jahre	15	17,0	15,6
60 Jahre und älter	15	15,0	16,0

* Tatsächliche Verteilung im Datensatz.

¹ Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 14.

Erhebungsverfahren

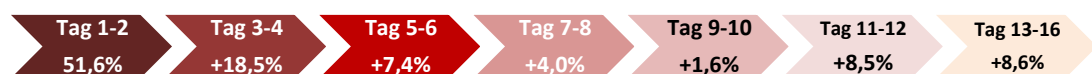
Online-Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Erhebungssoftware

SPSS Data Collection Base Professional 6.0.1

Feldzeit

An den ersten beiden Tagen der Feldzeit wurden 29% der Interviews realisiert. Die Einladung der Teilnehmer erfolgte in 3 Etappen. Insgesamt wurden zu 2 verschiedenen Zeitpunkten Reminder versendet.



Teilnehmer

Einladung der Panelisten

Die Einladung der Teilnehmer erfolgte durch LINK mit folgendem Standardtext:

Liebes Panelmitglied,

hiermit laden wir Sie zu einer interessanten sozialwissenschaftlichen Untersuchung ein.

Diese Studie befasst sich mit derzeitigen Themen in Deutschland, dabei zählt jeder einzelne!

Deshalb möchten wir auch Sie heute herzlich einladen, an unserer aktuellen Umfrage teilzunehmen.

Eine Mitwirkung an dieser Studie dauert ca. 35 Minuten und ist bis zum 21. September 2013 möglich.

Für Ihre Teilnahme erhalten Sie einen Amazon-Gutschein in Höhe von 5,00 EUR bis spätestens Ende Kalenderwoche 40.

Wir würden uns sehr über Ihre Teilnahme freuen!

Bitte klicken Sie auf den Link um die Studie zu starten:

[Studie starten](#)

Viele Grüße aus Frankfurt

Ihr LINK Online Team

Dr. Helen Vehre

Wenn ein Panelist die Einladung annahm, wurde er auf die LINK-Seite weitergeleitet und dort im Namen der Verantwortlichen des Online-Trackings der GLES zur eigentlichen Befragung mit folgendem Text eingeladen:



0%

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 Patrick Lamers



Erinnerung der Panelisten

Es wurden Reminder mit folgendem Inhalt zugesandt:

Liebes Panelmitglied,

zur Zeit läuft eine interessante Studie zu aktuellen Themen in Deutschland, zu der wir Sie kürzlich eingeladen haben. Dabei zählt jede einzelne Meinung!

Sollten Sie den Fragebogen noch nicht beantwortet haben, würden wir uns freuen, wenn Sie sich ein wenig Zeit nehmen könnten. Eine Mitwirkung an dieser Studie dauert ca. 35 Minuten und ist bis zum 21. September möglich.

Für Ihre Teilnahme erhalten Sie einen Amazon-Gutschein in Höhe von 5 EUR bis spätestens Ende Kalenderwoche 40.

Wir würden uns sehr über Ihre Teilnahme freuen!

Bitte klicken Sie auf den Link um die Studie zu starten:

[Studie starten](#)

Viele Grüße aus Frankfurt

Ihr LINK Online Team

Dr. Helen Vehre

Statistik über die Rekrutierung

Tabelle 4: Statistik über die Rekrutierung beim Online-Tracking T21

Datum	Gruppe	N	Geschlecht		Alter					Bildung			k.A. ³
			Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Niedrig	Mittel	Hoch	
06.09.2013	E1	2632	1280	1352	491	549	730	422	440	773	1282	249	328
07.09.2013													
08.09.2013													
09.09.2013													
10.09.2013													
11.09.2013													
12.09.2013													
13.09.2013	R1	1054	481	573	290	280	288	87	109	500	218	50	286
14.09.2013													
15.09.2013													
16.09.2013													
17.09.2013	E2	298	108	190	209	32	45	12	0	0	46	202	50
18.09.2013													
19.09.2013	R2	205	54	151	148	19	38	0	0	80	52	54	19
19.09.2013	E3	226	57	169	226	0	0	0	0	0	226	0	0
20.09.2013													
21.09.2013													

E: Eingeladen; R: Remindet

³ Überproportionaler Anteil formal niedrig gebildeter Personen in dieser Gruppe auf Basis von Erfahrungswerten vermutet

Teilnehmerstatistik nach Tagen

Tabelle 5: Teilnahme statistik des Online-Trackings T21 nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunterschreibern*		Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiber*	
	Relativ	Absolut	Relativ	Absolut	Relativ	Absolut
Fr 06.09.2013	29,9	411	35,8	362		
Sa 07.09.2013	15,0	206	15,8	160		
So 08.09.2013	9,8	135	10,1	102		
Mo 09.09.2013	8,0	110	8,4	85		
Di 10.09.2013	4,8	66	4,7	48		
Mi 11.09.2013	2,8	38	2,7	27		
Do 12.09.2013	1,8	25	1,5	15		
Fr 13.09.2013	3,4	47	2,5	25		
Sa 14.09.2013	0,1	1	0,1	1		
So 15.09.2013	1,7	23	1,5	15		
Mo 16.09.2013	1,5	20	1,4	14		
Di 17.09.2013	7,2	99	7,1	72		
Mi 18.09.2013	3,6	50	3,1	31		
Do 19.09.2013	5,3	73	3,2	32		
Fr 20.09.2013	3,5	48	1,9	19		
Sa 21.09.2013	1,5	20	0,4	4		
Gesamt	100,00%	1372	100,00%	1.012		

* Zur Definition von Zeitunterschreibern siehe Seite 14.

Ausschöpfung

Systematischer Unit Nonresponse ist eine Fehlerquelle in Umfragestudien, die die Qualität der erhobenen Daten erheblich mindern kann. Sind die in der Umfrage erhobene Variablen mit der Teilnahmewahrscheinlichkeit korreliert, so sind Verzerrungen der Umfrageergebnisse („Nonresponse Bias“) die Folge. Die Angabe von Ausschöpfungsquoten („Response Rates“) erlaubt eine Einschätzung darüber, wie stark eine Umfragestudie von möglicherweise systematischer Nichtteilnahme betroffen ist. Die Angabe von standardisierten Response Rates und verwandten Indikatoren für das Teilnahmeverhalten der Personen in der Stichprobe sichert die Vergleichbarkeit dieser Maße über Studien hinweg. Für das Online-Tracking der GLES werden Response Rates und weitere Indikatoren für das Teilnahmeverhalten nach den 2011 publizierten Standards der American Association for Public Opinion Research (AAPOR, <http://www.aapor.org>) angegeben.⁴

In dieser Studienbeschreibung werden mehrere Indikatoren für das Teilnahmeverhalten der Personen aus der Stichprobe angegeben. Der erste Indikator ist die AAPOR Response Rate 2, die sich berechnet als

⁴ The American Association for Public Opinion Research (Hrsg.) (2011): Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. Siebte Auflage. o.O.

$$\text{Response Rate 2 (RR2)} = \frac{(I + P)}{(I + P) + (R + NC + O) + (UH + UO)}$$

wobei I die Anzahl der vollständigen Interviews, P die Anzahl der partiellen Interviews, R die Anzahl der Verweigerungen und Befragungsabbrüche, NC die Anzahl der Nichtkontakte, O die Anzahl der Ausfälle aus anderen Gründen und UH sowie UO die Anzahl der Fälle ist, bei denen unbekannt ist, ob sie die Befragungseinladung erhalten und gesehen haben, d.h. ob sie teilnahmeberechtigt und teilnahmebereit waren. Die RR2 entspricht der minimalen Response Rate 1 (RR1) mit dem Unterschied, dass bei der RR2 partielle Interviews als Teilnahmen gezählt werden.

Bei Online-Befragungen ist die Interpretation der Response Rate allerdings in vielen Fällen problematisch, da in der Regel keine zufallsbasierten Stichprobenziehungsverfahren angewendet werden. Ein gängiger Ausweg ist daher, die Mitglieder von Online-Panels zu befragen. Bei der Befragung von Teilnehmern aus zufallsbasierten Online-Panels, wie es das LINK Internet Panel ist, empfiehlt die AAPOR die Angabe einer kumulierten Response Rate („cumulative response rate (CUMRR)“), die sich wiederum aus der Recruitment Rate (RECR), der Profile Rate (PROR) sowie der Completion Rate (COMR) berechnet. Da sowohl die Recruitment Rate als auch die Profile Rate bei einer kontinuierlichen Rekrutierung von Befragten schwierig zu berechnen sind und von LINK nicht bereitgestellt werden, wird hier lediglich die Completion Rate angegeben, welche der maximalen Response Rate 6 (RR6) entspricht und sich berechnet als

$$\text{Completion Rate (COMR)} = \frac{(I + P)}{(I + P) + (R + NC + O)}$$

wobei I die Anzahl der vollständigen Interviews, P die Anzahl der partiellen Interviews, R die Anzahl der Verweigerungen und Befragungsabbrüche, NC die Anzahl der Nichtkontakte und O die Anzahl der Ausfälle aus anderen Gründen ist.

Ein weiterer informativer Indikator ist der Anteil der Befragungsabbrüche in einer Online-Befragung. Hierfür wird die Abbruchquote („Breakoff Rate“) berechnet als

$$\text{Breakoff Rate} = \frac{R_{\text{Breakoff}}}{(I + P) + (R_{\text{Breakoff}})}$$

wobei R_{Breakoff} die Anzahl der Befragungsabbrüche, I die Anzahl der vollständigen Interviews und P die Anzahl der partiellen Interviews umfasst. Die Breakoff Rate gibt mit anderen Worten den Anteil der Befragungsabbrüche an allen begonnenen Interviews wieder.

Die Brutto-Stichprobe für die Online-Befragung wurde aus dem LINK Internet Panel gezogen. Die ausgewählten Panelmitglieder wurden von LINK zur Teilnahme eingeladen. Panelteilnehmer, die das Interview bis zur abschließenden Seite der Befragung absolvierten, wurden der Gruppe der vollständigen (I) und partiell vollständigen Interviews (P) zugeordnet. Wurde das Interview begonnen, während der Teilnahme unterbrochen und bis zum Ende der Feldzeit nicht vollständig absolviert, so wird der Panelteilnehmer der Gruppe der Befragungsabbrüche (R_{Breakoff}) zugeordnet. Um den Quotenvorgaben zu genügen, wurden Panelteilnehmer mit bestimmten Ausprägungen bei den Variablen Geschlecht, Alter und höchstem allgemein bildendem Schulabschluss nach Erreichen der einzelnen Vorgaben von der Teilnahme ausgeschlossen. Die betroffenen Teilnehmer wurden „abgewiesen“ (nicht teilnahmeberechtigt). Bei einem großen Anteil der versendeten Einladungen ist nicht bekannt, ob die Befragungseinladung von den Zielpersonen überhaupt erhalten und gesehen und eine Befragungsteilnahme in Erwägung gezogen wurde (UH).

Tabelle 6: Ausschöpfung im Online-Tracking T21

Kategorie/Indikator	Anzahl/Rate in %	
<i>Anzahl der von LINK versandten Befragungseinladungen</i>		3156
<i>I & P = Vollständige und partiell vollständige Interviews</i>		1012
<i>R = Verweigerungen und Befragungsabbrüche</i>		177
<i>Quote erfüllt/abgewiesen = Nicht teilnahmeberechtigt</i>		184
<i>UH = Unbekannt, ob die Befragungseinladung erhalten und gesehen wurde</i>		1783
<i>AAPOR Response Rate 2 (RR2)</i>	in %	34,1
<i>AAPOR Completion Rate (COMR)</i>	in %	85,1
<i>Breakoff Rate</i>	in %	14,9

Zeitunterschreiter

Aufgrund der fehlenden Kontrolle der Befragten durch einen Interviewer in Online-Erhebungen und der besonderen Anreiz- und Belohnungsstruktur durch die Incentivierung der Befragten mit Amazon-Gutscheinen sind die Online-Trackings der GLES mit dem Problem zu schneller Antwortzeiten („Zeitunterschreitung“) konfrontiert. Zeitunterschreitung bedeutet, dass einige Befragte einzelne Fragen oder auch die gesamte Umfrage erheblich schneller beantworten als der Großteil der Teilnehmer. Eine schnelle Beantwortung der Fragen in der Umfrage ist noch kein Problem an sich, da es aufgrund bestimmter sozialstruktureller und persönlicher Merkmale (z.B. Bildung, Alter, Intelligenz, Reaktionsgeschwindigkeit) deutliche Unterschiede in der Beantwortungsgeschwindigkeit zwischen Befragten geben kann. Dennoch ist davon auszugehen, dass bei einer erheblichen Unterschreitung der mittleren Antwortzeit die Antwortqualität leidet, da sich diese Befragten mutmaßlich durch die Umfrage „durchklicken“ und dabei willkürliche Antworten abgeben, keine Angabe machen oder „weiß nicht“ antworten, obwohl sie eine substantielle Antworten hätten abgeben können.

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 werden darf.⁵ Diese Befragten werden dann entweder aus dem Datensatz ausgeschlossen oder durch Markervariablen gekennzeichnet.

In den Online-Trackings der GLES werden Zeitunterschreiter ab der siebzehnten Befragung (Langfrist-Online-Tracking, T17 (ZA5350)) anhand einer modifizierten Routine des von Roßmann (2010) weiterentwickelten Algorithmus identifiziert.⁶ Hierfür wird ein Zeitunterschreiter-Index gebildet (Variable *speederindex*), der sowohl die Antwortdauer der Befragten auf allen Bildschirmseiten der Befragung als auch die Gesamtdauer je Befragtem einbezieht und Indexwerte zwischen größer 0 und kleiner 2 annimmt. Ein Indexwert von 1 zeigt eine mittlere Antwortgeschwindigkeit an, während Werte gegen 0 im Mittel sehr schnelle und Werte gegen 2 im Mittel sehr langsame Antwortzeiten anzeigen. Als Zeitunterschreiter werden alle Befragten im unteren

⁵ Vergleiche ausführlich Mayerl, Jochen und Urban, Dieter (2008): Antwortreaktionszeiten in Survey-Analysen. Messung, Auswertung und Anwendungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 58ff.

⁶ Roßmann, Joss (2010): Data Quality in Web Surveys of the German Longitudinal Election Study 2009. 3rd ECPR Graduate Conference. Dublin.

10%-Perzentil der Verteilung des Summenindex gekennzeichnet. Die Kennzeichnung von Zeitunterschreibern ist im Datensatz in der Variable *speederflag* enthalten. Zeitunterschreiber können mittels der Markervariable aus dem Datensatz gelöscht oder aus Analysen ausgeschlossen werden.

Tabelle 7: Zeitunterschreiber im Online-Tracking T21

	Häufigkeit	Prozent
Kein Zeitunterschreiber	910	89,92
Zeitunterschreiber	102	10,08
Gesamt	1012	100,00

Bearbeitungsdauer

Tabelle 8: Bearbeitungsdauer im Online-Tracking T21

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Bearbeitungsdauer	Maximale Bearbeitungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
Mit Zeitunterschreibern*	925	00:07:08	25:06:09	00:48:06	00:38:17
Ohne Zeitunterschreiber*	826	00:22:35	25:06:09	00:51:16	00:39:47

* Die Bearbeitungsdauer wird nur für diejenigen Befragten ausgewiesen, die die Befragung weder unter- noch abgebrochen haben. Wurde eine Befragung unterbrochen, ohne jedoch den Browser zu schließen, wurde dies nicht als Unterbrechung gewertet.

Datensatz

Version: 3.1.0

Datei: ZA5721_v3-1-0.sav (SPSS), ZA5721_v3-1-0.dta (Stata)

Tabelle 9: Variablen im Online-Tracking T21

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	615
Zeitvariablen	200
Kontextvariablen	8
Systemvariablen	25
Gesamt	848

Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 10: Übersicht über die inhaltlichen Variablen im Online-Tracking T21

Variable	Label
t1	Geschlecht
t2	Alter
t3	Schulabschluss
t4	Bundesland
t5	Politisches Interesse
t921	Interesse am Wahlkampf
t924	Ausgang der Wahl
t6	Demokratiezufriedenheit
t902	Wahlbeteiligungsabsicht, BTW 2013
t903aa	Beabsichtigte Stimmabgabe, BTW2013 (Erststimme, Version A)
t903ab	Beabsichtigte Stimmabgabe, BTW2013 (Erststimme, Version B)
t903ba	Beabsichtigte Stimmabgabe, BTW2013 (Zweitstimme, Version A)
t903bb	Beabsichtigte Stimmabgabe, BTW2013 (Zweitstimme, Version B)
t9aa	Hypothetische Stimmabgabe (Erststimme, Version A)
t9ab	Hypothetische Stimmabgabe (Erststimme, Version B)
t9ba	Hypothetische Stimmabgabe (Zweitstimme, Version A)
t9bb	Hypothetische Stimmabgabe (Zweitstimme, Version B)
t904aa	Briefwahl (Erststimme, Version A)
t904ab	Briefwahl (Erststimme, Version B)
t904ba	Briefwahl (Zweitstimme, Version A)
t904bb	Briefwahl (Zweitstimme, Version B)
t922	Sicherheit der Wahlentscheidung
t10_c1-5	Wichtigstes Problem (1.-5. Codierung)
t10s	Wichtigstes Problem, offene Angabe

t11a	Wichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version A)
t11b	Wichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version B)
t12_c1-4	Zweitwichtigstes Problem (1.-4. Codierung)
t12s	Zweitwichtigstes Problem, offene Angabe
t13a	Zweitwichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version A)
t13b	Zweitwichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version B)
t14a	Skalometer Parteien (CDU)
t14b	Skalometer Parteien (CSU)
t14c	Skalometer Parteien (SPD)
t14d	Skalometer Parteien (FDP)
t14e	Skalometer Parteien (DIE LINKE)
t14f	Skalometer Parteien (GRUENE)
t14g	Skalometer Parteien (PIRATEN)
t14h	Skalometer Parteien (AfD)
t15a	Skalometer Politiker (Angela Merkel)
t15b	Skalometer Politiker (Peer Steinbrueck)
t15c	Skalometer Politiker (Juergen Trittin)
t15d	Skalometer Politiker (Gregor Gysi)
t15e	Skalometer Politiker (Rainer Bruederle)
t15f	Skalometer Politiker (Bernd Schloemer)
t15g	Skalometer Politiker (Bernd Lucke)
t15h	Skalometer Politiker (Katrין Goering-Eckardt)
t15i	Skalometer Politiker (Horst Seehofer)
t15j	Skalometer Politiker (Sigmar Gabriel)
t16	Leistung Bundesregierung
t17a	Leistung Regierungsparteien (CDU)
t17b	Leistung Regierungsparteien (CSU)
t17c	Leistung Regierungsparteien (FDP)
t18a	Leistung Oppositionsparteien (SPD)
t18b	Leistung Oppositionsparteien (DIE LINKE)
t18c	Leistung Oppositionsparteien (GRUENE)
t21	Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell
t19	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv
t20	Verantwortlichkeit eigene wirtschaftliche Lage
t22	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv
t23a	Links-Rechts-Einstufung Parteien (CDU)
t23b	Links-Rechts-Einstufung Parteien (CSU)
t23c	Links-Rechts-Einstufung Parteien (SPD)
t23d	Links-Rechts-Einstufung Parteien (FDP)
t23e	Links-Rechts-Einstufung Parteien (DIE LINKE)
t23f	Links-Rechts-Einstufung Parteien (GRUENE)
t23g	Links-Rechts-Einstufung Parteien (PIRATEN)
t23h	Links-Rechts-Einstufung Parteien (AfD)
t24	Links-Rechts-Selbsteinstufung
t317a	Positionsiissue: Klimawandel, Parteien (CDU)

t317b	Positionsisssue: Klimawandel, Parteien (CSU)
t317c	Positionsisssue: Klimawandel, Parteien (SPD)
t317d	Positionsisssue: Klimawandel, Parteien (FDP)
t317e	Positionsisssue: Klimawandel, Parteien (DIE LINKE)
t317f	Positionsisssue: Klimawandel, Parteien (GRUENE)
t317g	Positionsisssue: Klimawandel, Parteien (PIRATEN)
t317h	Positionsisssue: Klimawandel, Parteien (AfD)
t318	Positionsisssue: Klimawandel, Ego
t319	Positionsisssue: Klimawandel, Salienz
t186a	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (CDU)
t186b	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (CSU)
t186c	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (SPD)
t186d	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (FDP)
t186e	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (DIE LINKE)
t186f	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (GRUENE)
t186g	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (PIRATEN)
t186h	Positionsisssue: Internetfreiheit, Parteien (AfD)
t157	Positionsisssue: Internetfreiheit, Ego
t188	Positionsisssue: Internetfreiheit, Salienz
t25	Unterschied Regierung
t26	Unterschiede Parteien
t29	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
t27	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
t28	Verantwortlichkeit allg. wirt. Lage
t30	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv
t145	Regionale wirt. Lage, aktuell
t312	Schuldenkrise, Angst
t314	Schuldenkrise, Hauptschuld
t314c1	Schuldenkrise, Hauptschuld (jemand anderes, Codierung 1)
t314c2	Schuldenkrise, Hauptschuld (jemand anderes, Codierung 2)
t314c3	Schuldenkrise, Hauptschuld (jemand anderes, Codierung 3)
t314c4	Schuldenkrise, Hauptschuld (jemand anderes, Codierung 4)
t313	Schuldenkrise, Betroffenheit
t315a	Schuldenkrise, Zufriedenheit, Bundesregierung
t315b	Schuldenkrise, Zufriedenheit, Bundeskanzler
t31	Recall, Wahlberechtigung BTW 2009
t32	Recall, Wahlteilnahme, BTW 2009
t33aa	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2009 (Erststimme, Version A)
t33ab	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2009 (Erststimme, Version B)
t33ba	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2009 (Zweitstimme, Version A)
t33bb	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2009 (Zweitstimme, Version B)
t301a	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien(FPD)
t301b	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien(DIE LINKE)
t301c	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien(PIRATEN)
t301d	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien(AfD)

t925	Kanzlerpraferenz
t331a	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Angela Merkel (ist durchsetzungsfaehig.)
t331b	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Angela Merkel (ist vertrauenswuerdig.)
t331c	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Angela Merkel (ist als Mensch sympathisch.)
t331d	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Angela Merkel (Vorstellungen, Wirtschaft)
t331e	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Angela Merkel (repraesent. Werte CDU/CSU)
t331f	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Peer Steinbrueck (ist durchsetzungsfaehig.)
t331g	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Peer Steinbrueck (ist vertrauenswuerdig.)
t331h	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Peer Steinbrueck (als Mensch sympathisch.)
t331i	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Peer Steinbrueck (Vorstellungen Wirtschaft)
t331j	Eigenschaften der Kanzlerkandidaten, Peer Steinbrueck (repraesent. Werte SPD.)
t232a	Skalometer Koalitionen (Grosse Koalition (CDU/CSU und SPD))
t232b	Skalometer Koalitionen (Schwarz-Gelbe Koalition (CDU/CSU und FDP))
t232c	Skalometer Koalitionen (Rot-Gruene Koalition (SPD und GRUENE))
t232d	Skalometer Koalitionen (Jamaika-Koalition (CDU/CSU, FDP und GRUENE))
t232e	Skalometer Koalitionen (Ampel-Koalition (SPD, FDP, GRUENE))
t232f	Skalometer Koalitionen (Schwarz-Gruene Koalition (CDU/CSU und GRUENE))
t232g	Skalometer Koalitionen (Rot-Rot-Gruene Koalition (SPD, DIE LINKE, GRUENE))
t926a	Erwartete Koalitionen (Grosse Koalition (CDU/CSU und SPD))
t926b	Erwartete Koalitionen (Schwarz-Gelbe Koalition (CDU/CSU und FDP))
t926c	Erwartete Koalitionen (Rot-Gruene Koalition (SPD und GRUENE))
t926d	Erwartete Koalitionen (Jamaika-Koalition (CDU/CSU, FDP und GRUENE))
t926e	Erwartete Koalitionen (Ampel-Koalition (SPD, FDP, GRUENE))
t926f	Erwartete Koalitionen (Schwarz-Gruene Koalition (CDU/CSU und GRUENE))
t926g	Erwartete Koalitionen (Rot-Rot-Gruene Koalition (SPD, DIE LINKE, GRUENE))
t908	Wahl-O-mat, Nutzung
t909a	Wahl-O-Mat: Partei (Version A)
t909b	Wahl-O-Mat: Partei (Version B)
t910	Wahl-O-mat, Erwartungen
t911	Wahl-O-mat, Bedeutung fuer Wahlentscheidung (VW)
t386a	Social Networks: Nutzung (Facebook)
t386b	Social Networks: Nutzung (Twitter)
t386c	Social Networks: Nutzung (Myspace)
t386d	Social Networks: Nutzung (Xing)
t386e	Social Networks: Nutzung (Google Plus)
t386f	Social Networks: Nutzung (Linkedin)

t386g	Social Networks: Nutzung (habe keine dieser Internetseiten besucht)
t386h	Social Networks: Nutzung (keine Angabe)
t387	Social Networks: Beitraege ueber Wahlkampf, Facebook
t388	Social Networks: Beitraege ueber Wahlkampf, Twitter
t389	Social Networks: Beitraege ueber Wahlkampf, Myspace
t390	Social Networks: Beitraege ueber Wahlkampf, Xing
t391	Social Networks: Beitraege ueber Wahlkampf, Google Plus
t392	Social Networks: Beitraege ueber Wahlkampf, LinkedIn
t393a	Social Networks: Parteienbias, Facebook (CDU)
t393b	Social Networks: Parteienbias, Facebook (CSU)
t393c	Social Networks: Parteienbias, Facebook (SPD)
t393d	Social Networks: Parteienbias, Facebook (FDP)
t393e	Social Networks: Parteienbias, Facebook (GRUENE)
t393f	Social Networks: Parteienbias, Facebook (DIE LINKE)
t393g	Social Networks: Parteienbias, Facebook (PIRATEN)
t393h	Social Networks: Parteienbias, Facebook (AfD)
t394a	Social Networks: Parteienbias, Twitter (CDU)
t394b	Social Networks: Parteienbias, Twitter (CSU)
t394c	Social Networks: Parteienbias, Twitter (SPD)
t394d	Social Networks: Parteienbias, Twitter (FDP)
t394e	Social Networks: Parteienbias, Twitter (GRUENE)
t394f	Social Networks: Parteienbias, Twitter (DIE LINKE)
t394g	Social Networks: Parteienbias, Twitter (PIRATEN)
t394h	Social Networks: Parteienbias, Twitter (AfD)
t395a	Social Networks: Parteienbias, Myspace (CDU)
t395b	Social Networks: Parteienbias, Myspace (CSU)
t395c	Social Networks: Parteienbias, Myspace (SPD)
t395d	Social Networks: Parteienbias, Myspace (FDP)
t395e	Social Networks: Parteienbias, Myspace (GRUENE)
t395f	Social Networks: Parteienbias, Myspace (DIE LINKE)
t395g	Social Networks: Parteienbias, Myspace (PIRATEN)
t395h	Social Networks: Parteienbias, Myspace (AfD)
t396a	Social Networks: Parteienbias, Xing (CDU)
t396b	Social Networks: Parteienbias, Xing (CSU)
t396c	Social Networks: Parteienbias, Xing (SPD)
t396d	Social Networks: Parteienbias, Xing (FDP)
t396e	Social Networks: Parteienbias, Xing (GRUENE)
t396f	Social Networks: Parteienbias, Xing (DIE LINKE)
t396g	Social Networks: Parteienbias, Xing (PIRATEN)
t396h	Social Networks: Parteienbias, Xing (AfD)
t397a	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (CDU)
t397b	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (CSU)
t397c	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (SPD)
t397d	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (FDP)
t397e	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (GRUENE)

t397f	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (DIE LINKE)
t397g	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (PIRATEN)
t397h	Social Networks: Parteienbias, Google Plus (AfD)
t398a	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (CDU)
t398b	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (CSU)
t398c	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (SPD)
t398d	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (FDP)
t398e	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (GRUENE)
t398f	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (DIE LINKE)
t398g	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (PIRATEN)
t398h	Social Networks: Parteienbias, LinkedIn (AfD)
t399	Social Networks: Eigene Beitrage, Facebook
t400	Social Networks: Eigene Beitrage, Twitter
t401	Social Networks: Eigene Beitrage, Myspace
t402	Social Networks: Eigene Beitrage, Xing
t403	Social Networks: Eigene Beitrage, Google Plus
t404	Social Networks: Eigene Beitrage, LinkedIn
t920a	Aktive Beteiligung (Version A)
t920b	Aktive Beteiligung (Version B)
t332	Parteikontakte
t333a	Parteikontakte, Art (Wahlveranstaltungen oder Kundgebungen von Parteien besucht)
t333b	Parteikontakte, Art (Ich habe E-Mails oder SMS von Parteien erhalten.)
t333c	Parteikontakte, Art (Ich habe Informationsmaterial von Parteien gelesen.)
t333d	Parteikontakte, Art (Ich habe Wahlanzeigen von Parteien in Zeitungen gelesen.)
t333e	Parteikontakte, Art (Ich habe Wahlplakate von Parteien oder Kandidaten gesehen.)
t333f	Parteikontakte, Art (einen oder mehrere Wahlkampfstaende hier im Ort besucht.)
t333g	Parteikontakte, Art (Ich habe Werbesendungen von Parteien im Fernsehen gesehen.)
t333h	Parteikontakte, Art (Ich wurde direkt von einer Person angesprochen.)
t333i	Parteikontakte, Art (Ich wurde von Parteien angerufen.)
t333j	Parteikontakte, Art (wurde ueber ein soziales Netzwerk von Parteien kontaktiert)
t333k	Parteikontakte, Art (keine Angabe)
t334a	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (CDU/CSU)
t334b	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (SPD)
t334c	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (FDP)
t334d	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (DIE LINKE)
t334e	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (GRUENE)
t334f	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (PIRATEN)
t334g	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (AfD)
t334h	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (andere Partei)
t334i	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen, BTW2013 (keine Angabe)
t335a	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (CDU/CSU)
t335b	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (SPD)

t335c	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (FDP)
t335d	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (DIE LINKE)
t335e	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (GRUENE)
t335f	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (PIRATEN)
t335g	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (AfD)
t335h	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (andere Partei)
t335i	Parteikontakte: E-Mails, BTW2013 (keine Angabe)
t336a	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (CDU/CSU)
t336b	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (SPD)
t336c	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (FDP)
t336d	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (DIE LINKE)
t336e	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (GRUENE)
t336f	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (PIRATEN)
t336g	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (AfD)
t336h	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (andere Partei)
t336i	Parteikontakte: Informationsmaterial, BTW2013 (keine Angabe)
t337a	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (CDU/CSU)
t337b	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (SPD)
t337c	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (FDP)
t337d	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (DIE LINKE)
t337e	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (GRUENE)
t337f	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (PIRATEN)
t337g	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (AfD)
t337h	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (andere Partei)
t337i	Parteikontakte: Wahlanzeigen, BTW2013 (keine Angabe)
t338a	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (CDU/CSU)
t338b	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (SPD)
t338c	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (FDP)
t338d	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (DIE LINKE)
t338e	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (GRUENE)
t338f	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (PIRATEN)
t338g	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (AfD)
t338h	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (andere Partei)
t338i	Parteikontakte: Plakate, BTW2013 (keine Angabe)
t339a	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (CDU/CSU)
t339b	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (SPD)
t339c	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (FDP)
t339d	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (DIE LINKE)
t339e	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (GRUENE)
t339f	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (PIRATEN)
t339g	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (AfD)
t339h	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (andere Partei)
t339i	Parteikontakte: Wahlkampfstand, BTW2013 (keine Angabe)
t340a	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (CDU/CSU)
t340b	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (SPD)

t340c	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (FDP)
t340d	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (DIE LINKE)
t340e	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (GRUENE)
t340f	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (PIRATEN)
t340g	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (AfD)
t340h	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (andere Partei)
t340i	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen, BTW2013 (keine Angabe)
t341a	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (CDU/CSU)
t341b	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (SPD)
t341c	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (FDP)
t341d	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (DIE LINKE)
t341e	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (GRUENE)
t341f	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (PIRATEN)
t341g	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (AfD)
t341h	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (andere Partei)
t341i	Parteikontakte: Hausbesuche, BTW2013 (keine Angabe)
t342a	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (CDU/CSU)
t342b	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (SPD)
t342c	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (FDP)
t342d	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (DIE LINKE)
t342e	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (GRUENE)
t342f	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (PIRATEN)
t342g	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (AfD)
t342h	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (andere Partei)
t342i	Parteikontakte: Telefon, BTW2013 (keine Angabe)
t343a	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (CDU/CSU)
t343b	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (SPD)
t343c	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (FDP)
t343d	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (DIE LINKE)
t343e	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (GRUENE)
t343f	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (PIRATEN)
t343g	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (AfD)
t343h	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (andere Partei)
t343i	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (keine Angabe)
t932	Wahrnehmung Aktivitaeten Parteienhaenger
t932a	Wahrnehmung Aktivitaeten Parteienhaenger (Version A)
t932b	Wahrnehmung Aktivitaeten Parteienhaenger (Version B)
t939	Glaubwuerdigkeit SPD-DIE LINKE
t940	Rezeption Umfragen
t941a	Aussagen ueber Umfragen I (Umfragen vor Wahlen sollten verboten werden.)
t941b	Aussagen ueber Umfragen I (Die Medien sollten weniger ueber Umfragen berichten.)
t941c	Aussagen ueber Umfragen I (Die meisten Umfragen sind glaubwuerdig.)
t941d	Aussagen ueber Umfragen I (Umfragen beeinflussen Waehler in ihrem Verhalten.)

t942	Aussagen ueber Umfragen II
t943a	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (die Wahlwerbung der Parteien)
t943b	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (Nachrichtensendungen im Fernsehen) Parteikontakte: Internet, BTW2013 (Berichte in Zeitungen oder
t943c	Zeitschriften)
t943d	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (Informationsangebote im Internet) Parteikontakte: Internet, BTW2013 (Gespraechе m Verwandten, Freunden,
t943e	Bekanntен)
t943f	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (Stellungnahmen u. Empfehlungen ges. Gruppen)
t943g	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (keine dieser Informationsquellen)
t943h	Parteikontakte: Internet, BTW2013 (keine Angabe)
t944c1	Hilfreicher Wahlkampf, Gesellschaftliche Gruppen (Codierung 1)
t944c2	Hilfreicher Wahlkampf, Gesellschaftliche Gruppen (Codierung 2)
t944c3	Hilfreicher Wahlkampf, Gesellschaftliche Gruppen (Codierung 3)
t945	Hilfreicher Wahlkampf - Nachfrage bei Mehrfachnennung
t946a	Meinungen ueber den Wahlkampf I (Wahlkampf ist eine reine Schauveranstaltung.)
t946b	Meinungen ueber den Wahlkampf I (Im Wahlkampf streiten Parteien ueber Politik.)
t946c	Meinungen ueber den Wahlkampf I (Der Wahlkampf der Parteien ist zu negativ.)
t946d	Meinungen ueber den Wahlkampf I (Im Wahlkampf stehen Pers. zu sehr im Vordergr.)
t946e	Meinungen ueber den Wahlkampf I (Im Wahlkampf geht es zu wenig um pol. Inhalte.)
t946f	Meinungen ueber den Wahlkampf I (Wahlkampf hilft mir, meine Wahl. zu treffen.)
t946g	Meinungen ueber den Wahlkampf I (Bei Sendungen ueber Parteien...)
t952a	Parteienimages: Zerstrittenheit (CDU/CSU)
t952b	Parteienimages: Zerstrittenheit (SPD)
t952c	Parteienimages: Zerstrittenheit (FDP)
t952d	Parteienimages: Zerstrittenheit (DIE LINKE)
t952e	Parteienimages: Zerstrittenheit (GRUENE)
t952f	Parteienimages: Zerstrittenheit (PIRATEN)
t952g	Parteienimages: Zerstrittenheit (AfD)
t953a	Parteienimages: Glaubwuerdigkeit (CDU/CSU)
t953b	Parteienimages: Glaubwuerdigkeit (SPD)
t953c	Parteienimages: Glaubwuerdigkeit (FDP)
t953d	Parteienimages: Glaubwuerdigkeit (DIE LINKE)
t953e	Parteienimages: Glaubwuerdigkeit (GRUENE)
t953f	Parteienimages: Glaubwuerdigkeit (PIRATEN)
t953g	Parteienimages: Glaubwuerdigkeit (AfD)
t954	Unterstuetzung Partei durch Gewerkschaft
t113a	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (CDU)
t113b	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (CSU)
t113c	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (SPD)
t113d	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (FDP)
t113e	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (DIE LINKE)

t113f	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (GRUENE)
t113g	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (PIRATEN)
t113h	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Parteien (AfD)
t114	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Ego
t115	Positionsissue: Soziooekonomische Dimension, Salienz
t153a	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (CDU)
t153b	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (CSU)
t153c	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (SPD)
t153d	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (FDP)
t153e	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (DIE LINKE)
t153f	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (GRUENE)
t153g	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (PIRATEN)
t153h	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (AfD)
t154	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Ego
t155	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Salienz
t362	Recall, Wahlberechtigung, LTW
t363	Recall, Wahlteilnahme, LTW
t35a	Recall, LTW (Version A)
t35b	Recall, LTW (Version B)
t36	Wichtigste Informationsquelle
t37a	Nutzung Tageszeitung (Bild-Zeitung)
t37b	Nutzung Tageszeitung (Frankfurter Rundschau)
t37c	Nutzung Tageszeitung (Frankfurter Allgemeine Zeitung)
t37d	Nutzung Tageszeitung (Sueddeutsche Zeitung)
t37e	Nutzung Tageszeitung (die tageszeitung (taz))
t37f	Nutzung Tageszeitung (Die Welt)
t37g	Nutzung Tageszeitung (eine Online-Zeitung (z.B. Spiegel-Online, Focus-Online))
t37h	Nutzung Tageszeitung (andere Tageszeitung (Handelsblatt, Financial Times, ...))
t38aa	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Der Spiegel, Online-Ausgabe)
t38ab	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Der Spiegel, Print-Ausgabe)
t38ac	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Der Spiegel, nicht gelesen)
t38ad	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Der Spiegel, keine Angabe)
t38ba	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, Online-Ausgabe)
t38bb	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, Print-Ausgabe)
t38bc	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, habe ich nicht gelesen)
t38bd	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, keine Angabe)
t38ca	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, Online-Ausgabe)
t38cb	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, Print-Ausgabe)
t38cc	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, habe ich nicht gelesen)
t38cd	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, keine Angabe)

t38da	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, Online-Ausgabe)
t38db	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, Print-Ausgabe)
t38dc	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, nicht gelesen)
t38dd	Printmediennutzung, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, keine Angabe)
t39a	Nutzung TV-Nachrichten (Tagesschau oder Tagesthemen)
t39b	Nutzung TV-Nachrichten (Heute oder das Heute Journal)
t39c	Nutzung TV-Nachrichten (RTL Aktuell)
t39d	Nutzung TV-Nachrichten (Sat.1 Nachrichten)
t39e	Nutzung TV-Nachrichten (Pro 7 Newstime)
t80	Internetnutzung, allgemein
t40	Internetnutzung, politische Information
t41a	Internetnutzung, Seiten (Onlinezeitungen (sueddeutsche.de, faz.de, ...))
t41b	Internetnutzung, Seiten (Onlinezeitschriften (spiegel.de, stern.de))
t41c	Internetnutzung, Seiten (Fernsehsender (ard.de, zdf.de, rtl.de, sat.1.de, ...))
t41d	Internetnutzung, Seiten (Radiosender (swr3.de, wdr3.de))
t41e	Internetnutzung, Seiten (E-Mail-Anbieter (1&1, o2, google.de, gmx.de, ...))
t41f	Internetnutzung, Seiten (soziale Netzwerke (facebook.de, twitter.de))
t41g	Internetnutzung, Seiten (Parteien (spd.de, cdu.de, ...))
t41h	Internetnutzung, Seiten (sonstige Internetseiten)
t41i	Internetnutzung, Seiten (keine Angabe)
t45	Gespraech ueber Politik
t304	Netzwerkgroesse
t370	Gespraechspartner 1, Beziehung, eine Person
t371	Gespraechspartner 1, Beziehung, mehrere Personen
t372	Gespraechspartner 1, Intensitaet
t373	Gespraechspartner 1, Verstaendnis von Politik
t374	Gespraechspartner 1, Meinungsverschiedenheit
t375	Gespraechspartner 1, Wahlentscheidung
t375a	Gespraechspartner 1, Wahlentscheidung (Version A)
t375b	Gespraechspartner 1, Wahlentscheidung (Version B)
t309	Wahlbeteiligung, Nachbarschaft
t310	Wahlbeteiligung, Bekanntenkreis
t955	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie I
t956a	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (nicht waehlen)
t956b	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (CDU/CSU waehlen)
t956c	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (SPD waehlen)
t956d	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (FDP waehlen)
t956e	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (GRUENE waehlen)
t956f	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (DIE LINKE waehlen)
t956g	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (PIRATEN waehlen)
t956h	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Familie II (AfD waehlen)
t957	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde I
t958a	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (nicht waehlen)

t958b	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (CDU/CSU waehlen)
t958c	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (SPD waehlen)
t958d	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (FDP waehlen)
t958e	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (GRUENE waehlen)
t958f	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (DIE LINKE waehlen)
t958g	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (PIRATEN waehlen)
t958h	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Freunde II (AfD waehlen)
t959	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte I
t960a	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (nicht waehlen)
t960b	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (CDU/CSU waehlen)
t960c	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (SPD waehlen)
t960d	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (FDP waehlen)
t960e	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (GRUENE waehlen)
t960f	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (DIE LINKE waehlen)
t960g	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (PIRATEN waehlen)
t960h	Wahrgenommene Wahlnorm Umfeld, Bekannte II (AfD waehlen)
t961	TV-Duell: Rezeption
t962	TV-Duell: Aufmerksamkeit
t963	TV-Duell: Wahrgenommener Ausgang: Angela Merkel
t964	TV-Duell: Wahrgenommener Ausgang: Peer Steinbrueck
t965	TV-Duell: Rezeption Umfragen
t966	TV-Duell: Wahrgenommener Ausgang: Peer Steinbrueck
t967	TV-Duell: Rezeption des Medienurteils
t968	TV-Duell: Wahrgenommenes Medienurteil: Angela Merkel
t969	TV-Duell: Wahrgenommenes Medienurteil: Peer Steinbrueck
t970	TV-Duell: Rezeption im sozialen Umfeld
t971	TV-Duell: Urteil des sozialen Umfeld I
t972	TV-Duell: Urteil des sozialen Umfeld II
t973	TV-Duell: Hilfe bei Wahlentscheidung
t42a	Sonntagsfrage, LTW (1 Stimme) (Version A)
t42b	Sonntagsfrage, LTW (1 Stimme) (Version B)
t43a	Sonntagsfrage, LTW (2 Stimmen) (Version A)
t43b	Sonntagsfrage, LTW (2 Stimmen) (Version B)
t44a	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) CDU
t44b	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) SPD
t44c	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) FDP
t44d	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) DIE LINKE
t44e	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) GRUENE
t44f	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) BIW
t44g	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) PIRATEN
t44h	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) AfD
t44i	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) andere Partei
t44x	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) weiss nicht
t44y	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) wuerde nicht zur Wahl gehen
t44z	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) nicht wahlberechtigt

t44w	Sonntagsfrage, LTW (5 und 10 Stimmen) keine Angabe
t981	Wahlberechtigung, Hessen
t983	Wahlbeteiligungsabsicht, Hessen
t985aa	Beabsichtigte Stimmabgabe, Hessen (Erststimme, Version A)
t985ab	Beabsichtigte Stimmabgabe, Hessen (Erststimme, Version B)
t985ba	Beabsichtigte Stimmabgabe, Hessen (Zweitstimme, Version A)
t985bb	Beabsichtigte Stimmabgabe, Hessen (Zweitstimme, Version B)
t987aa	Briefwahl, Hessen (Erststimme, Version A)
t987ab	Briefwahl, Hessen (Erststimme, Version B)
t987ba	Briefwahl, Hessen (Zweitstimme, Version A)
t987bb	Briefwahl, Hessen (Zweitstimme, Version B)
t989aa	Hypothetische Stimmabgabe, Hessen (Erststimme, Version A)
t989ab	Hypothetische Stimmabgabe, Hessen (Erststimme, Version B)
t989ba	Hypothetische Stimmabgabe, Hessen (Zweitstimme, Version A)
t989bb	Hypothetische Stimmabgabe, Hessen (Zweitstimme, Version B)
t982	Wahlberechtigung, Bayern
t995	Wahltag, Wahlberechtigung, Bayern
t992	aktuelle Wahlberechtigung, Bayern
t984	Wahlbeteiligungsabsicht, Bayern
t996	Wahltag, Wahlteilnahme, Bayern
t993	Wahltag, Wahlteilnahme, Bayern
t986aa	Beabsichtigte Stimmabgabe, Bayern (Erststimme, Version A)
t986ab	Beabsichtigte Stimmabgabe, Bayern (Erststimme, Version B)
t986ba	Beabsichtigte Stimmabgabe, Bayern (Zweitstimme, Version A)
t986bb	Beabsichtigte Stimmabgabe, Bayern (Zweitstimme, Version B)
t988aa	Briefwahl, Bayern (Erststimme, Version A)
t988ab	Briefwahl, Bayern (Erststimme, Version B)
t988ba	Briefwahl, Bayern (Zweitstimme, Version A)
t988bb	Briefwahl, Bayern (Zweitstimme, Version B)
t990aa	Hypothetische Stimmabgabe, Bayern (Erststimme, Version A)
t990ab	Hypothetische Stimmabgabe, Bayern (Erststimme, Version B)
t990ba	Hypothetische Stimmabgabe, Bayern (Zweitstimme, Version A)
t990bb	Hypothetische Stimmabgabe, Bayern (Zweitstimme, Version B)
t994aa	aktuelle Stimmabgabe, Bayern (Erststimme, Version A)
t994ab	aktuelle Stimmabgabe, Bayern (Erststimme, Version B)
t994ba	aktuelle Stimmabgabe, Bayern (Zweitstimme, Version A)
t994bb	aktuelle Stimmabgabe, Bayern (Zweitstimme, Version B)
t156a	Einstellungen, Politik und Gesellschaft (Polit. Fragen oft schwer zu verstehen.)
t156b	Einstellungen, Politik und Gesellschaft (Parteien wollen nur Stimmen d Waehler)
t156c	Einstellungen, Politik und Gesellschaft (Heut. Probleme sind so kompliziert ...)
t156d	Einstellungen, Politik und Gesellschaft (Pflicht jedes Buergers ...)
t156e	Einstellungen, Politik und Gesellschaft (Sozialismus ist gute Idee ...)
t156f	Einstellungen, Politik und Gesellschaft (Die Welt ist so unuebersichtlich ...)
t308a	Issuebatterie (Einwanderer sollten zur Anpassung verpflichtet werden.)

t308b	Issuebatterie (Frauenquote fuer Besetzung d. Aufsichtsraete grosser Unternehmen)
t308c	Issuebatterie (Der Staat sollte sich aus der Wirtschaft heraushalten.)
t308d	Issuebatterie (Reg. sollte Massnahmen ergreifen gegen Einkommensuntersch.)
t308e	Issuebatterie (Finanzielle Unterstuetzung in Zeiten der europ. Schuldenkrise.)
t308f	Issuebatterie (Volksentscheid auf Bundesebene.)
t308g	Issuebatterie (Energieversorgung durch Nutzung von Atomkraft sichern.)
t308h	Issuebatterie (Gleichgeschlechtliche Ehen sollten gesetzlich anerkannt werden.)
t308i	Issuebatterie (Besserverdienende Buerger sollten mehr Steuern bezahlen.)
t308j	Issuebatterie (Arbeitslose sollten gemeinnuetzige Arbeit verrichten.)
t308k	Issuebatterie (Staerker an den Geboten Gottes orientieren.)
t46a	Parteiidentifikation (Version A)
t46b	Parteiidentifikation (Version B)
t47	Parteiidentifikation, Staerke
t48	Parteiidentifikation, Dauer
t49a	Organisationsmitgliedschaft (Gewerkschaft)
t49b	Organisationsmitgliedschaft (Unternehmer-/Arbeitgeberverband)
t49c	Organisationsmitgliedschaft (Berufsvereinigung/-verband)
t49d	Organisationsmitgliedschaft (Bauern- bzw. Landwirtschaftsverband)
t49e	Organisationsmitgliedschaft (Religioese/kirchliche Gruppe)
t49f	Organisationsmitgliedschaft (Sport-/Hobbyverein)
t49g	Organisationsmitgliedschaft (Umweltschutzgruppe)
t49h	Organisationsmitgliedschaft (Globalisierungskritische Gruppe, wie z.B. ATTAC)
t49i	Organisationsmitgliedschaft (Frauenorganisation)
t49j	Organisationsmitgliedschaft (Partei)
t49ja	Organisationsmitgliedschaft (Partei, Version A)
t49jb	Organisationsmitgliedschaft (Partei, Version B)
t57	Familienstand
t50	Haushaltsgroesse
t348a	Haushaltsmitglieder, Alter (2. Person)
t348b	Haushaltsmitglieder, Alter (3. Person)
t348c	Haushaltsmitglieder, Alter (4. Person)
t348d	Haushaltsmitglieder, Alter (5. Person)
t348e	Haushaltsmitglieder, Alter (6. Person)
t348f	Haushaltsmitglieder, Alter (7. Person)
t348g	Haushaltsmitglieder, Alter (8. Person)
t303a	Berufliche Bildung (beruflich-betriebliche Anlernzeit mit Abschlusszeugnis ...)
t303b	Berufliche Bildung (Teilfacharbeiterabschluss)
t303c	Berufliche Bildung (abgeschlossene gewerbliche oder landwirtschaftliche Lehre)
t303d	Berufliche Bildung (abgeschlossene kaufmaennische Lehre)
t303e	Berufliche Bildung (berufliches Praktikum, Volontariat)
t303f	Berufliche Bildung (Berufsfachschulabschluss)

t303g	Berufliche Bildung (Fachschulabschluss)
t303h	Berufliche Bildung (Meister, Technikerabschluss)
t303i	Berufliche Bildung (Fachhochschulabschluss)
t303j	Berufliche Bildung (Hochschulabschluss)
t303k	Berufliche Bildung (anderen beruflichen Ausbildungsabschluss)
t303l	Berufliche Bildung (noch in beruflicher Ausbildung)
t303m	Berufliche Bildung (keine abgeschlossene Ausbildung)
t303n	Berufliche Bildung (keine Angabe)
t52	Erwerbstaetigkeit
t53	Angst Stellenverlust
t54	Erwerbstaetigkeit, fruher
t55	Beruf
t56	Beruf, fruher
t351	Beruf, Nachfrage I
t352	Beruf, Nachfrage II
t353	Beruf, Nachfrage III
t354	Beruf, Nachfrage IV
t58	Beschaefigungssektor
t59	Beschaefigungssektor, fruher
t60	Religionszugehoerigkeit
t320	Haeufigkeit Gottesdienst
t64	Deutsche Staatsbuergerschaft, Geburt
t65	Deutsche Staatsbuergerschaft, Dauer
t66	Geburtsland (V2)
t72	Geburtsland, Bundesland
t73	Geburtsland, Ausland
t68	Geburtsland, Mutter (V2)
t67	Geburtsland, Vater (V2)
t69	Schichtzugehoerigkeit, subjektiv
t70	Nettoeinkommen HH
bik10	BIK10
elecdist	Wahlkreis (Electoral District)
elecdist1	Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 1. Moeglichkeit
elecdist2	Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 2. Moeglichkeit
elecdist3	Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 3. Moeglichkeit
elecdist4	Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 4. Moeglichkeit
elecdist5	Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 5. Moeglichkeit

Die Zuordnung zu einem Wahlkreis beruht auf der Wahlkreiseinteilung zur Bundestagswahl 2013 und wurde unter Verwendung der von den Befragten genannten Postleitzahl an ihrem Hauptwohnsitz vorgenommen. Die Zuordnung der Postleitzahlen zu Wahlkreisen erfolgte anhand einer Zuordnungstabelle die vom Bundeswahlleiter bereitgestellt wurde.

Bei der Verwendung der Wahlkreisinformationen ist zu beachten, dass einzelne Postleitzahlen in großstädtischen Gebieten zwischen zwei und fünf Wahlkreisen zugeordnet werden können, d.h. eine eindeutige Zuordnung der Postleitzahl zu einem Wahlkreis ist auf Grundlage der vorhandenen Informationen nicht immer möglich. Die Variable elecdist „Wahlkreis“ enthält die Angabe zum

Wahlkreis des Befragten, wenn eine eindeutige Zuordnung möglich ist. Ist dies nicht der Fall, so sind in den Variablen `elecdist1-elecdist05` „Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 1.-5. Möglichkeit“ die Nummern der Wahlkreise erfasst, denen der Befragte anhand der von ihm genannten Postleitzahl potenziell zugeordnet werden kann.

Von den 1012 realisierten Interviews, konnten 19 Postleitzahlen (1,8%) nicht zugeordnet werden. Für weitere 129 Postleitzahlen (12,8%) konnte kein eindeutiger Wahlkreis ermittelt werden.

Hinweise zu den Zeitvariablen

Die Zeitmessung erfolgte serverseitig. Es liegen Informationen zur gesamten Ausfüllzeit (Variable `duration` „Interviewdauer in Sekunden“) sowie zum Verbleib auf den einzelnen Bildschirmseiten der Befragung (Variablen `zstart` bis `zende`) vor.

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

Mit Hilfe von Anpassungsgewichten kann die Verteilung von Variablen eines Datensatzes an bekannte Verteilungen in der Grundgesamtheit angepasst werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass zumindest ein schwacher Zusammenhang zwischen den Anpassungsvariablen und den inhaltlichen Untersuchungsvariablen besteht. Die für die GLES-Daten erstellten Gewichte werden mittels einer stets gleichen Vorgehensweise berechnet, so dass sie über die verschiedenen GLES-Komponenten hinweg vergleichbar sind.

Zur Berechnung der Anpassungsgewichte der GLES wurden sowohl sozial- als auch regionalstrukturelle Merkmale ausgewählt. Bei der gleichzeitigen Anpassung an mehrere Merkmale ergeben sich häufig Nullzellen oder sehr kleine Zellbesetzungen, was bei einer einfachen Soll/Ist-Gewichtung zu Problemen führt. Daher wurde bei der Berechnung der Anpassungsgewichte für die GLES auf das iterative Anpassungsverfahren („iterative proportional fitting“, IPF)⁷ zurückgegriffen. Bei der IPF-Gewichtung wird die Ist-Verteilung der einzelnen Zellen schrittweise an die jeweilige Soll-Verteilung der Gewichtungsvariablen angepasst. Bei diesem schrittweisen Prozess der Anpassung (Iteration) bilden die nach jedem Anpassungsschritt berechneten Gewichtungsfaktoren die Ausgangsbasis für die Anpassung des nächsten Merkmals. Der Anpassungsprozess endet, wenn die Differenz zwischen der gewichteten Randverteilung aller Faktoren und der Soll-Verteilung das Abbruchkriterium von 0,0001 unterschreitet.⁸ Um sehr große Gewichtungsfaktoren zu vermeiden

⁷ Siehe dazu Deming, Edwards W. und Frederick F. Stephan (1940): On a Least Squares Adjustment of a Sampled Frequency Table When the Expected Marginal Totals are Known. In: The Annals of Mathematical Statistics 11 (4): 427-444.

⁸ Die Anpassungsgewichte wurden mit dem Statistikprogramm Stata berechnet, wobei auf das Ado „`ipfweight`“ von Michael Bergmann zurückgegriffen wurde.

wurden die Faktoren (nach jedem Iterationsschritt) auf den fünffachen Mittelwert der Gewichtungvariable getrimmt.⁹

Bei der Erstellung der Anpassungsgewichte für das Tracking wurde zum einen an die Randverteilungen des (N)Onliner Atlas 2012¹⁰ und zum anderen an die Verteilungen des Mikrozensus 2012 angepasst.¹¹ Bei der Erstellung der Sollverteilungen des Mikrozensus 2012 ging nur die Bevölkerung über 18 Jahren mit deutscher Staatsbürgerschaft in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung ein.¹²

Für das Langfrist-Online-Tracking, T21 (ZA5721) wurden insgesamt vier Anpassungsgewichte erstellt, wobei die Gewichte einmal mit und einmal ohne Zeitunterschreiter berechnet wurden.

Tabelle 11: Übersicht über die Gewichtungsvariablen

Gewicht	Variablenname
Sozial- und regionalstrukturelles Gewicht (Anpassung MZ2012, mit Zeitunterschreibern)	wei_mzz
Sozial- und regionalstrukturelles Gewicht (Anpassung MZ2012, ohne Zeitunterschreiter)	wei_mzoz
Sozial- und regionalstrukturelles Gewicht (Anpassung Onliner, mit Zeitunterschreibern)	wei_onz
Sozial- und regionalstrukturelles Gewicht (Anpassung Onliner, ohne Zeitunterschreiter)	wei_onoz

Angepasst wurde an sozio-demographische und regionalstrukturelle Merkmale: Geschlecht, Alter, Bildung, BIK-Regionsgrößenklassen¹³ und alte bzw. neue Bundesländer (inkl. Berlin).

Die Variable Alter wurde kategorisiert und umfasst nun vier Gruppen: „18 bis unter 30 Jahre“, „30 bis unter 45 Jahre“, „45 bis unter 60 Jahre“ und „60 Jahre und älter“.

Bei der Kategorisierung der Variable Bildung wurden die drei folgenden Gruppen gebildet:

- niedrige Bildung: Schule beendet ohne Abschluss, Hauptschulabschluss, Volksschulabschluss, bin noch Schüler/in
- mittlere Bildung: Realschulabschluss, Mittlere Reife, Fachschulreife oder Abschluss der polytechnischen Oberschule 10. Klasse

⁹ Dieses Vorgehen findet auch bei der Berechnung der Gewichte der ANES Anwendung (siehe dazu: DeBell, Matthew, Jon A. Krosnick, Arthur Lupia und Caroline Roberts (2009): User's Guide to the Advance Release of the 2008-2009 ANES Panel Study. Palo Alto, CA and Ann Arbor, MI: Stanford University and University of Michigan).

¹⁰ Die Randverteilungen (für Personen ab 18 Jahren) aus dem (N)Onliner Atlas wurden für die Gewichtung freundlicherweise von TNS Infratest zur Verfügung gestellt.

¹¹ Zum Zeitpunkt der Berechnung der Gewichte lagen noch keine aktuelleren Daten des Mikrozensus vor.

¹² Bei den vom Mikrozensus ausgewiesenen Werten handelt es sich um absolute Personenzahlen nach gebundener Hochrechnung.

¹³ Die BIK-Regionsgrößenklassen klassifizieren die BIK-Regionen gemäß ihrer Bevölkerungszahl. Dabei wird nicht die Größe der Gemeinde selbst angegeben, sondern die Menge der Bevölkerung des Raumes, in den die Gemeinde funktional eingebunden ist (siehe dazu BIK-Institut Aschpurwis+Behrens (2001): BIK Regionen: Ballungsräume, Stadtregionen, Mittel-/ Unterzentrengebiete. Methodenbeschreibung zur Aktualisierung 2000, www.bik-gmbh.de/texte/BIK-Regionen2000.pdf [05.11.2011]).

- hohe Bildung: Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule etc.), Abitur bzw. erweiterte Oberschule mit Abschluss 12. Klasse (Hochschulreife)

Die BIK-Gemeindegroßenklasse wurde zu zwei bzw. drei Kategorien zusammengefasst (siehe nachfolgende Tabelle). Die unterschiedliche Kategorisierung ist den verfügbaren Randverteilungen geschuldet. Für die Anpassung an den Mikrozensus wurde an drei Kategorien angepasst, während beim (N)Onliner Atlas lediglich die Anpassung an zwei Kategorien möglich war.¹⁴

Tabelle 12: Soll- und Ist-Verteilungen der zur Erstellung der Gewichte verwendeten Variablen

Merkmal	Ist (in Prozent)		Soll (in Prozent)	
	Mit Zeitunter- schreitern (N=1.012)	Ohne Zeitunter- schreiter (N=920)	Mikrozensus	(N)Onliner Atlas
Geschlecht				
Männlich	51,68	50,77	48,63	52,45
Weiblich	48,32	49,23	51,37	47,55
Altersgruppe				
18 bis unter 30 Jahre	22,33	23,52	16,44	22,58
30 bis unter 45 Jahre	27,57	30,00	22,06	28,92
45 bis unter 60 Jahre	33,50	30,44	28,16	30,91
60 Jahre und älter	16,60	16,04	33,34	17,59
Bildung				
Niedrig	30,63	30,99	41,78	33,69
Mittel	40,32	40,33	29,79	32,50
Hoch	29,05	28,68	28,42	33,81
BIK				
Unter 20.000 Einwohner	12,25	12,09	-	12,20
Über 20.000 Einwohner	87,75	87,97	-	87,80
BIK¹⁵				
Unter 50.000 Einwohner	23,91	23,52	24,44	-
Über 50.000 Einwohner SGTYP2/3/4	32,21	31,98	33,38	-
Über 50.000 Einwohner +SGTYP1	43,87	44,51	42,18	-
Bundesland				
Alte Bundesländer	80,34	80,00	78,58	79,94
Neue Bundesländer (inkl. Berlin)	19,66	20,00	21,42	20,06

¹⁴ Die Zusammenfassung der Variablen erfolgte entsprechend dem Vorgehen in anderen GLES-Komponenten, beispielsweise dem Vor- und Nachwahl-Querschnitt (ZA5300, ZA5301) oder der RCS-Studie (ZA5303).

¹⁵ Es wird zwischen vier Strukturtypen (SGTYP) der Gemeinde unterschieden: SGTYP1: Kernbereich der Stadtregion, SGTYP2: Verdichtungsbereich, SGTYP3: Übergangsbereich, SGTYP4 peripherer Bereich.

Die Berechnung der GewichtungsvARIABLEN, die an die Verteilung des Mikrozensus anpassen (wei_mzz und wei_mzoz), konnte nach der sechsten, bzw. siebten. Iteration abgebrochen werden, da die Differenz zwischen den gewichteten Istwerten in der Stichprobe und den Sollwerten des Mikrozensus das Abbruchkriterium von 0,0001 unterschritt.

Bei der Berechnung der GewichtungsvARIABLEN, die an die Verteilung des (N)Onliner Atlas anpassen (wei_onz und wei_onoz), wurde der Prozess bei der Berechnung mit Zeitunterschreibern jeweils nach der sechsten Iteration abgebrochen, da die Differenz zwischen den gewichteten Istwerten in der Stichprobe und den Sollwerten des (N)Onliner Atlas das Abbruchkriterium von 0,0001 unterschritt.

Eine Übersicht über die berechneten Gewichte bietet die nachfolgende Tabelle.

Tabelle 13: Übersicht über die Gewichtungsfaktoren im Online-Tracking T21

	N	Mittelwert	Standard- abweichung	Min.	Max.	1.Quartil	Median	3.Quartil	Max./Min. ¹⁶
wei_mzz	1012	1,02	0,67	0,34	4,11	0,58	0,83	1,17	12,09
wei_mzoz	910	1,00	0,57	0,40	3,53	0,64	0,84	1,12	8,83
wei_onz	1012	1,02	0,25	0,58	1,79	0,77	1,05	1,18	3,09
wei_onoz	910	1	0,18	0,71	1,40	0,83	1,04	1,14	1,97

Hinweise und Anmerkungen

Weitere Hinweise

Veränderungen von Version 2.0.0 zu Version 3.0.0

Die offenen erhobenen Fragen t10 „Wichtigstes Problem“ und t12 „Zweitwichtigstes Problem“ sind nun codiert. Das Codierschema „Agendafragen“ kann auf den Seiten der GLES bei GESIS abgerufen werden (<http://www.gesis.org/gles>).

Veränderungen von Version 3.0.0 zu Version 3.1.0

Die Variable bik10 wurde aus Datenschutzgründen rekodiert.

¹⁶ Der Wert Max/Min gibt das Verhältnis zwischen dem höchsten und niedrigsten Gewichtungsfaktor an. Im Idealfall werden die Gewichte weder besonders groß noch sehr klein, so dass ein niedriger Wert positiv zu betrachten ist.

Links

Projektseite der GLES: www.gles.eu

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>

LINK Institut für Markt- und Sozialforschung: www.link-institut.de

Erstellt wurde der Bericht von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften in Zusammenarbeit mit dem LINK Institut für Markt- und Sozialforschung.

Mannheim, Mai 2015