

gesis

Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

German Longitudinal
Election Study



GLES

Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen 2014

ZA5740, Version 2.0.0

Studienbeschreibung

Arbeiten mit GLES Daten

Bei dieser Publikation und dem zugehörigen Datensatz handelt es sich um Daten der German Longitudinal Election Study (GLES), die von GESIS in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung (DGfW) herausgegeben werden. Vor der Veröffentlichung werden die Daten sorgfältig geprüft. Leider kann es trotz gründlicher Überprüfung der Daten passieren, dass Fehler in den Datensätzen unentdeckt bleiben. Fallen diese zu einem späteren Zeitpunkt auf, werden sie dokumentiert (Errata-Liste im Datenbestandskatalog, www.gesis.org/dbk) und zeitnah behoben.

Um hochqualitative Datensätze zur Verfügung stellen zu können, freuen wir uns über Ihre Mithilfe. 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; Henckel, Simon; Bieber, Ina; Scherer, Philipp (2015): Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl Thüringen 2014 (GLES). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5740 Datenfile Version 2.0.0, doi:10.4232/1.12285.

Hintergrund und Zielsetzung

Die German Longitudinal Election Study (GLES) startete mit der Bundestagswahl 2009 und besteht aus elf verschiedenen Komponenten. Als bislang größte deutsche Wahlstudie soll sie die Wählerschaft bei vorerst drei aufeinanderfolgenden Wahlen beobachten und analysieren. Dabei wird angestrebt, das Projekt auch nach der Bundestagswahl 2017 weiterzuführen.

Online-Tracking der GLES

Im Rahmen der German Longitudinal Election Study werden Online-Trackings sowohl bundesweit als auch in einzelnen Bundesländern durchgeführt. Die Online-Trackings gehören zur Komponente 8 und werden bis zur nächsten Bundestagswahl weiter erhoben. Bundesweite Befragungen sind quartalsweise mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzungen geplant. Befragungen in den Bundesländern werden jeweils anlässlich von Wahlen zu den Landesparlamenten stattfinden.

Tabelle 1: Die Langfrist-Online-Trackings der GLES

Welle	Schwerpunkt	Feldbeginn	Feldende
T1	Grundlegende Tests	30. April 2009	05. Mai 2009
T2	Wählen auf mehreren Ebenen	27. Mai 2009	05. Juni 2009
T3	Wirtschaftliche Lage	03. Juli 2009	13. Juli 2009
T4	Koalitionen	31. Juli 2009	11. August 2009
T5	Skalen- und Reihenfolgeexperimente	24. August 2009	01. September 2009
T6	Wahlkampf	18. September 2009	27. September 2009
T7	Nachwahl	29. September 2009	08. Oktober 2009
T7Exp	Experiment zur Bundestagswahl	08. Oktober 2009	25. Oktober 2009
T8	Nachwahl und Netzwerke	10. Dezember 2009	20. Dezember 2009
T9	Wirtschaftliche Lage	15. April 2010	23. April 2010
LTW NRW	Landtagswahl Nordrhein-Westfalen	15. April 2010	23. April 2010
T10	Wählen auf mehreren Ebenen	24. Juni 2010	05. Juli 2010
T11	Psychologische Konstrukte	16. September 2010	26. September 2010
T12	Positionsisues	09. Dezember 2010	19. Dezember 2010
T12NB	Nachbefragung von Abbrechern	20. Dezember 2010	30. Dezember 2010
T13	Wirtschaftliche Lage	09. März 2011	20. März 2011
T13NB	Nachbefragung von Abbrechern	21. März 2011	30. März 2011
LTW BW	Landtagswahl Baden-Württemberg	09. März 2011	20. März 2011
LTW HH	Landtagswahl Hamburg	09. März 2011	20. März 2011
LTW RP	Landtagswahl Rheinland-Pfalz	09. März 2011	20. März 2011
LTW ST	Landtagswahl Sachsen-Anhalt	09. März 2011	20. März 2011
T14	Wählen auf mehreren Ebenen	23. Mai 2011	03. Juni 2011

T14NB	Nachbefragung von Abbrechern	03. Juni 2011	13. Juni 2011
LTW HB	Landtagswahl Bremen	23. Mai 2011	04. Juni 2011
T15	Psychologische Konstrukte	24. August 2011	03. September 2011
T15NB	Nachbefragung von Abbrechern	05. September 2011	14. September 2011
LTW BE	Landtagswahl Berlin	24. August 2011	03. September 2011
LTW MV	Landtagswahl Mecklenburg-Vorpommern	24. August 2011	03. September 2011
T16	Positionsisues	08. Dezember 2011	18. Dezember 2011
T17	Wirtschaftliche Lage und Wählen auf mehreren Ebenen	02. Mai 2012	15. Mai 2012
LTW SH	Landtagswahl Schleswig-Holstein	26. April 2012	05. Mai 2012
LTW NRW	Landtagswahl Nordrhein-Westfalen	02. Mai 2012	12. 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
LTW ND	Landtagswahl Niedersachsen	04. Januar 2013	19. Januar 2013
T20	Positionsisues und Europa	24. Mai 2013	08. Juni 2013
LTW BY	Landtagswahl Bayern	30. August 2013	13. September 2013
LTW HE	Landtagswahl Hessen	6. September 2013	21. September 2013
T21	Wahlkampf 2013	6. September 2013	21. September 2013
T22	Koalitionen und psychologische Konstrukte	29. November 2013	13. Dezember 2014
T23	Wirtschaftliche Lage und politisches Wissen	21. Februar 2014	07. März 2014
T24	Europa und Europawahl	09. Mai 2014	23. Mai 2014
LTW SN	Landtagswahl Sachsen	15. August 2014	30. August 2014
T25	Psychologische Konstrukte	29. August 2014	13. September 2014
LTW BB	Landtagswahl Brandenburg	29. August 2014	13. September 2014
LTW TH	Landtagswahl Thüringen	29. August 2014	13. September 2014

Studiennummer

ZA5740 (Version 2.0.0)

doi: 10.4232/1.12285

Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente /8, Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen 2014

Erhebungszeitraum

29.08.2014 – 13.09.2014

Primärforscher/innen

Prof. Dr. Hans Rattinger	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher	(Universität Frankfurt)
Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck	(Universität Mannheim)
Prof. Dr. Bernhard Weißels	(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 zur Landtagswahl in Thüringen bildet die zum Zeitpunkt der Erhebung zur Wahl des Thüringer Landtags wahlberechtigte Bevölkerung in Thüringen. 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 Thüringen 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 1.600 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 in Thüringen nach soziodemographischen Merkmalen zum Zeitpunkt der Erhebung des Online-Trackings zur Landtagswahl in Thüringen

Merkmal	Anteil in Prozent
Geschlecht	
Weiblich	51
Männlich	49
Bildung¹	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	12
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	50
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	38
Altersgruppen	
18-29 Jahre	19
30-39 Jahre	19
40-49 Jahre	22
50-59 Jahre	21
60 Jahre und älter	19

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 2014 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 grundsätzlich auf den Zahlen für Internetnutzer der Best 4 Planning (B4P). B4P ist eine große deutsche Markt-Media-Studie, bei der 2014 mehr als 45.000 zufällig ausgewählte Menschen in Deutschland ab 14 Jahren befragt wurden. Die Befragung wurde auf Basis der ADM-Stichprobe persönlich mündlich durchgeführt.

Tabelle 3: Quotierung im Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen 2014

Quotierungsmerkmale	Soll	Ist*	Ist*
	in Prozent	in Prozent (mit Zeitunter- schreitern ¹)	in Prozent (ohne Zeitunter- schreiter ¹)
Geschlecht			
Weiblich	50	48,8	48,1
Männlich	50	51,2	51,9
Bildung			
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- oder Volksschule)	15	13,7	13,9
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	50	48,6	49,0
Hoch (d.h. Fachhochschulreife, Abitur)	35	37,7	37,1
Altersgruppe			
18-29 Jahre	21	19,4	17,9
30-39 Jahre	20	20,4	19,2
40-49 Jahre	21	22,4	22,5
50-59 Jahre	18	18,9	19,7
60 Jahre und älter	19	18,9	20,8

* Tatsächliche Verteilung im Datensatz.

¹ Zur Definition von Zeitunterschreitern siehe Seite 14.

Erhebungsverfahren

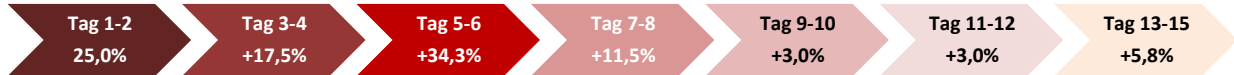
Online-Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Erhebungssoftware

SPSS Data Collection Base Professional 6.0.1

Feldzeit

An den ersten beiden Tagen der Feldzeit wurden 25% der Interviews realisiert. Die Einladung der Teilnehmer erfolgte in vier Etappen. Insgesamt wurden zu zwei 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 13. September 2014 möglich.
Für Ihre Teilnahme erhalten Sie einen Amazon-Gutschein in Höhe von 3,50 EUR bis spätestens Ende Kalenderwoche 39.
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

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:



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 13. September möglich.

Für Ihre Teilnahme erhalten Sie einen Amazon-Gutschein in Höhe von 5 EUR bis spätestens Ende Kalenderwoche 39.

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

Statistik über die Rekrutierung

Tabelle 4: Statistik über die Rekrutierung beim Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen 2014

Datum	Gruppe	N	Geschlecht		Alter					Bildung			k.A. ³
			Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Niedrig	Mittel	Hoch	
29.08.2014	E1	700	359	341	78	121	152	233	116	154	461	85	0
30.08.2014													
31.08.2014													
01.09.2014													
02.09.2014	R1	470	225	245	63	87	95	154	71	119	294	57	0
03.09.2014	E2	475	196	279	167	120	110	0	78	0	62	413	0
04.09.2014													
05.09.2014	E3	195	76	119	23	18	70	0	84	18	162	15	0
06.09.2014													
07.09.2014													
08.09.2014													
09.09.2014													
10.09.2014	R2	306	150	156	164	100	9	5	28	63	109	134	0
10.09.2014	E4	104	56	48	29	35	20	0	20	0	35	69	0
11.09.2014													
12.09.2014													
13.09.2014													

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 zur Landtagswahl in Thüringen 2014 nach Tagen

Datum	Begonnen		Gültige Fälle mit Zeitunterschreibern*		Gültige Fälle ohne Zeitunterschreiber*	
	Relativ	Absolut	Relativ	Absolut	Relativ	Absolut
Fr 29.08.2014	8,8	64	10,5	53	10,8	49
Sa 30.08.2014	12,7	92	14,7	74	14,1	64
So 31.08.2014	9,7	70	10,7	54	11,5	52
Mo 01.09.2014	6,1	44	6,6	33	6,0	27
Di 02.09.2014	9,9	72	10,5	53	11,5	52
Mi 03.09.2014	20,0	145	24,2	122	23,6	107
Do 04.09.2014	8,4	61	8,9	45	9,5	43
Fr 05.09.2014	3,5	25	2,4	12	2,2	10
Sa 06.09.2014	1,5	11	1,0	5	1,1	5
So 07.09.2014	3,3	24	2,0	10	1,8	8
Mo 08.09.2014	3,0	22	2,0	10	2,0	9
Di 09.09.2014	1,4	10	1,0	5	0,9	4
Mi 10.09.2014	6,8	49	5,2	26	4,6	21
Do 11.09.2014	3,0	22	0,0	0	0	0
Fr 12.09.2014	1,4	10	0,4	2	0,4	2
Sa 13.09.2014	0,4	3	0,0	0	0	0
Gesamt	99,9	724	100,0	504	100	453

* 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 zur Landtagswahl in Thüringen 2014

Kategorie/Indikator	Anzahl/Rate in %	
<i>Anzahl der von LINK versandten Befragungseinladungen</i>		1.474
<i>I & P = Vollständige und partiell vollständige Interviews</i>		504
<i>R = Verweigerungen und Befragungsabbrüche</i>		106
<i>Quote erfüllt/abgewiesen = Nicht teilnahmeberechtigt</i>		114
<i>UH = Unbekannt, ob die Befragungseinladung erhalten und gesehen wurde</i>		750
<i>AAPOR Response Rate 2 (RR2)</i>	in %	37,1
<i>AAPOR Completion Rate (COMR)</i>	in %	82,6
<i>Breakoff Rate</i>	in %	17,4

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 zur Landtagswahl in Thüringen 2014

	Häufigkeit	Prozent
Kein Zeitunterschreiber	453	89,9
Zeitunterschreiber	51	10,1
Gesamt	504	100

Bearbeitungsdauer

Tabelle 8: Bearbeitungsdauer im Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen

Bearbeitungsdauer	N	Minimale Bearbeitungsdauer	Maximale Bearbeitungsdauer	Arithmetisches Mittel	Median
Mit Zeitunterschreibern*	466	00:10:18	10:44:54	00:46:16	00:36:15
Ohne Zeitunterschreiber*	416	00:22:29	10:44:54	00:49:16	00:37:45

* 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: 2.0.0

Datei: ZA5351_v2-0-0.sav (SPSS), ZA5351_v2-0-0.dta (Stata)

Tabelle 9: Variablen im Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen

Variablentyp	Anzahl
Inhaltliche Variablen	494
Zeitvariablen	167
Systemvariablen	25
Gesamt	686

Inhalt

Folgenden Variablen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie erhoben.

Tabelle 10: Übersicht über die inhaltlichen Variablen im Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen

Variable	Label
11	Geschlecht
12	Alter
13	Schulabschluss
14	Bundesland
15	Politisches Interesse
16a	Politisches Interesse (Bund)
16b	Politisches Interesse (Land)
16c	Politisches Interesse (Europa)
17a	Demokratiezufriedenheit (Land)
17b	Demokratiezufriedenheit (Deutschland)
17c	Demokratiezufriedenheit (Europa)
18	Wahlbeteiligungsabsicht
19aa	Beabsichtigte Stimmabgabe (Erststimme, Version A)
19ab	Beabsichtigte Stimmabgabe (Erststimme, Version B)
19ba	Beabsichtigte Stimmabgabe (Zweitstimme, Version A)
19bb	Beabsichtigte Stimmabgabe (Zweitstimme, Version B)
110aa	Hypothetische Stimmabgabe (Erststimme, Version A)
110ab	Hypothetische Stimmabgabe (Erststimme, Version B)
110ba	Hypothetische Stimmabgabe (Zweitstimme, Version A)

110bb	Hypothetische Stimmabgabe (Zweitstimme, Version B)
111a	Skalometer Politiker (Angela Merkel)
111b	Skalometer Politiker (Sigmar Gabriel)
111c	Skalometer Politiker (Gregor Gysi)
111d	Skalometer Politiker (Katrín Göring-Eckardt)
111e	Skalometer Politiker (Horst Seehofer)
111f	Skalometer Politiker (Christian Lindner)
111g	Skalometer Politiker (Bernd Lucke)
111h	Skalometer Politiker (Cem Özdemir)
111i	Skalometer Politiker (Andrea Nahles)
112	Leistung Bundesregierung
113a	Leistung Regierungsparteien (CDU)
113b	Leistung Regierungsparteien (CSU)
113c	Leistung Regierungsparteien (SPD)
114a	Leistung Oppositionsparteien (DIE LINKE)
114b	Leistung Oppositionsparteien (GRÜNE)
115a	Skalometer Parteien (CDU)
115b	Skalometer Parteien (CSU)
115c	Skalometer Parteien (SPD)
115d	Skalometer Parteien (DIE LINKE)
115e	Skalometer Parteien (GRÜNE)
115f	Skalometer Parteien (FDP)
115g	Skalometer Parteien (AfD)
118	Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell
116	Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv
117a	Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit (Bundesregierung)
117b	Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit (Landesregierung)
117c	Eigene wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit (Europäische Union)
119	Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv
122	Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell
120	Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv
121a	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit (Bundesregierung)
121b	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit (Landesregierung)
121c	Allgemeine wirtschaftliche Lage, Verantwortlichkeit (Europäische Union)
123	Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv

l24	Wirtschaft, Vergleich
l25s	Wichtigstes Problem
l25c1	Wichtigstes Problem (Codierung 1)
l25c2	Wichtigstes Problem (Codierung 2)
l25c3	Wichtigstes Problem (Codierung 3)
l25c4	Wichtigstes Problem (Codierung 4)
l25c5	Wichtigstes Problem (Codierung 5)
l26a	Wichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version A)
l26b	Wichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version B)
l27s	Zweitwichtigstes Problem
l27c1	Zweitwichtigstes Problem (Codierung 1)
l27c2	Zweitwichtigstes Problem (Codierung 2)
l27c3	Zweitwichtigstes Problem (Codierung 3)
l27c4	Zweitwichtigstes Problem (Codierung 4)
l27c5	Zweitwichtigstes Problem (Codierung 5)
l28a	Zweitwichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version A)
l28b	Zweitwichtigstes Problem, Loesungskompetenz (Version B)
l29	Recall, Wahlberechtigung BTW 2013
l30	Recall, Wahlteilnahme, BTW 2013
l31aa	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2013 (Erststimme, Version A)
l31ab	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2013 (Erststimme, Version B)
l31ba	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2013 (Zweitstimme, Version A)
l31bb	Recall, Wahlentscheidung, BTW 2013 (Zweitstimme, Version B)
l33	Interesse am Wahlkampf (LTW)
l34	Wichtigste Informationsquelle
l35a	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Bild-Zeitung)
l35b	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Frankfurter Rundschau)
l35c	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Frankfurter Allgemeine Zeitung)
l35d	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Sueddeutsche Zeitung)
l35e	Printmedien, Nutzung, ja/nein (die tageszeitung (taz))
l35f	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Die Welt)
l35g	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Lokal- oder Regionalzeitung, 1.Nennung)
l35gs	Printmedien, Nutzung (Lokal- oder Regionalzeitung, 1.Nennung)
l35h	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Lokal- oder Regionalzeitung, 2.Nennung)
l35hs	Printmedien, Nutzung (Lokal- oder Regionalzeitung, 2.Nennung)

135i	Printmedien, Nutzung, ja/nein (Lokal- oder Regionalzeitung, 3.Nennung)
135is	Printmedien, Nutzung (Lokal- oder Regionalzeitung, 3.Nennung)
135j	Printmedien, Nutzung, ja/nein (eine Online-Zeitung)
135k	Printmedien, Nutzung, ja/nein (eine andere Tageszeitung)
135l	Printmedien, Nutzung, ja/nein (lese keine Tageszeitung)
135m	Printmedien, Nutzung, ja/nein (keine Angabe)
136	Printmedien, Nutzung: Bild
138	Printmedien, Nutzung: FR
140	Printmedien, Nutzung: FAZ
142	Printmedien, Nutzung: SZ
144	Printmedien, Nutzung: taz
146	Printmedien, Nutzung: Welt
148	Printmedien, Nutzung: 1.RZ
150	Printmedien, Nutzung: 2.RZ
152	Printmedien, Nutzung: 3.RZ
154aa	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Spiegel, Online-Ausgabe gelesen)
154ab	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Spiegel, Print-Ausgabe gelesen)
154ac	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Spiegel, habe ich nicht gelesen)
154ad	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Spiegel, keine Angabe)
154ba	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, Online-Ausgabe gelesen)
154bb	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, Print--Ausgabe gelesen)
154bc	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, habe ich nicht gelesen)
154bd	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Focus, keine Angabe)
154ca	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, Online-Ausgabe gelesen)
154cb	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, Print--Ausgabe gelesen)
154cc	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, habe ich nicht gelesen)
154cd	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Stern, keine Angabe)
154da	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, Online-Ausgabe gelesen)
154db	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, Print-Ausgabe gelesen)
154dc	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, habe ich nicht gelesen)
154dd	Printmedien, Nutzung, Wochenzeitschriften (Die Zeit, keine Angabe)
155a	TV-Nachrichten, Nutzung (Tagesschau oder Tagesthemen)
155b	TV-Nachrichten, Nutzung (Heute oder das Heute Journal)
155c	TV-Nachrichten, Nutzung (RTL Aktuell)
155d	TV-Nachrichten, Nutzung (Sat.1 Nachrichten)

155e	TV-Nachrichten, Nutzung (Pro 7 Newstime)
155f	TV-Nachrichten, Nutzung (siehe keine dieser Nachrichtensendungen)
155g	TV-Nachrichten, Nutzung (keine Angabe)
156	TV-Nachrichten, Nutzung, ARD
158	TV-Nachrichten, Nutzung, ZDF
160	TV-Nachrichten, Nutzung, RTL
162	TV-Nachrichten, Nutzung, Sat.1
164	TV-Nachrichten, Nutzung, Pro7
166	Internetnutzung, allgemein
167	Internetnutzung, politische Information
168a	Internetnutzung, Seiten (Onlinezeitungen)
168b	Internetnutzung, Seiten (Onlinezeitschriften (spiegel.de, stern.de, ...))
168c	Internetnutzung, Seiten (Fernsehsender)
168d	Internetnutzung, Seiten (Radiosender (swr3.de, wdr3.de, ...))
168e	Internetnutzung, Seiten (E-Mail-Anbieter)
168f	Internetnutzung, Seiten (soziale Netzwerke (facebook.de, twitter.de, ...))
168g	Internetnutzung, Seiten (Parteien (spd.de, cdu.de, ...))
168h	Internetnutzung, Seiten (sonstige Internetseiten)
168i	Internetnutzung, Seiten (keine Angabe)
169	Wahlberechtigung, LTW
170	Wahlbeteiligungsabsicht, LTW
171aa	Beabsichtigte Stimmabgabe, LTW, 2 Stimmen (Erststimme, Version A)
171ab	Beabsichtigte Stimmabgabe, LTW, 2 Stimmen (Erststimme, Version B)
171ba	Beabsichtigte Stimmabgabe, LTW, 2 Stimmen (Zweitstimme, Version A)
171bb	Beabsichtigte Stimmabgabe, LTW, 2 Stimmen (Zweitstimme, Version B)
172aa	Briefwahl, LTW, 2 Stimmen (Erststimme, Version A)
172ab	Briefwahl, LTW, 2 Stimmen (Erststimme, Version B)
172ba	Briefwahl, LTW, 2 Stimmen (Zweitstimme, Version A)
172bb	Briefwahl, LTW, 2 Stimmen (Zweitstimme, Version B)
173aa	Hypothetische Stimmabgabe, LTW (Erststimme, Version A)
173ab	Hypothetische Stimmabgabe, LTW (Erststimme, Version B)
173ba	Hypothetische Stimmabgabe, LTW (Zweitstimme, Version A)
173bb	Hypothetische Stimmabgabe, LTW (Zweitstimme, Version B)
174	Hypot. Wahlbeteiligung (nicht wahlberechtigt), LTW
175aa	Hypot. Stimmabgabe (nicht wahlberechtigt), LTW, 2 Stimmen (Erststimme, Version A)

175ab	Hypot. Stimmabgabe (nicht wahlberechtigt), LTW, 2 Stimmen (Erststimme,Version B)
175ba	Hypot. Stimmabgabe (nicht wahlberechtigt), LTW,2 Stimmen (Zweitstimme,Version A)
175bb	Hypot. Stimmabgabe (nicht wahlberechtigt), LTW,2 Stimmen (Zweitstimme,Version B)
176	Sicherheit der Wahlabsicht, LTW
178a	Wichtigkeit der Wahlebene, LTW (Landespolitik)
178b	Wichtigkeit der Wahlebene, LTW (Bundespolitik)
178c	Wichtigkeit der Wahlebene, LTW (Europapolitik)
180	Ausgang der Wahl, LTW
181	Wahl-O-Mat, Nutzung (VW)
182a	Wahl-O-Mat, Partei (Version A)
182b	Wahl-O-Mat, Partei (Version B)
183	Wahl-O-Mat, Erwartungen
184	Wahl-O-Mat, Bedeutung fuer Wahlentscheidung (VW)
185	Wahl-O-Mat: Vorhaben
186a	Skalometer Parteien, LTW (CDU)
186b	Skalometer Parteien, LTW (SPD)
186c	Skalometer Parteien, LTW (DIE LINKE)
186d	Skalometer Parteien, LTW (GRUENE)
186e	Skalometer Parteien, LTW (FDP)
186g	Skalometer Parteien, LTW (AfD)
187a	Skalometer Politiker, LTW (Christine Lieberknecht)
187b	Skalometer Politiker, LTW (Bodo Ramelow)
187c	Skalometer Politiker, LTW (Heike Taubert)
187d	Skalometer Politiker, LTW (Uwe Barth)
187e	Skalometer Politiker, LTW (Anja Siegesmund)
187f	Skalometer Politiker, LTW (Bjoern Hoecke)
188a	Eigensch.Kandid.,LTW, Lieberknecht (ist durchsetzungsfahig.)
188b	Eigensch.Kandid.,LTW, Lieberknecht (ist vertrauenswuerdig.)
188c	Eigensch.Kandid.,LTW, Lieberknecht (ist als Mensch sympathisch.)
188d	Eigensch.Kandid.,LTW, Lieberknecht (vernuenftige Vorstell.Wirtschaft anzukurb.)
188e	Eigensch.Kandid.,LTW, Lieberknecht(repraesentiert die Werte der CDU)
189a	Eigensch.Kandid.,LTW, Ramelow (ist durchsetzungsfahig und fuehrungsstark.)
189b	Eigensch.Kandid.,LTW, Ramelow (ist vertrauenswuerdig.)
189c	Eigensch.Kandid.,LTW, Ramelow (ist als Mensch sympathisch.)
189d	Eigensch.Kandid.,LTW, Ramelow (vernuenftige Vorstell,Wirtschaft anzukurb.)

189e	Eigensch.Kandid.,LTW, Ramelow (repräsentiert die Werte von DIE LINKE)
190a	Eigensch.Kandid.,LTW, Taubert (ist durchsetzungsfähig und führungstark.)
190b	Eigensch.Kandid.,LTW, Taubert (ist vertrauenswürdig.)
190c	Eigensch.Kandid.,LTW, Taubert (ist als Mensch sympathisch.)
190d	Eigensch.Kandid.,LTW, Taubert (vernünftige Vorstell. Wirtschaft anzukurbeln)
190e	Eigensch.Kandid.,LTW, Taubert (repräsentiert die Werte der SPD)
195	Präferenz Ministerpräsident, LTW
196s	Wichtigstes Problem, LTW
196c1	Wichtigstes Problem, LTW (Codierung 1)
196c2	Wichtigstes Problem, LTW (Codierung 2)
196c3	Wichtigstes Problem, LTW (Codierung 3)
196c4	Wichtigstes Problem, LTW (Codierung 4)
197a	Wichtigstes Problem, LTW, Lösungskompetenz (Version A)
197b	Wichtigstes Problem, LTW, Lösungskompetenz (Version B)
198s	Zweitwichtigstes Problem, LTW
198c1	Zweitwichtigstes Problem, LTW (Codierung 1)
198c2	Zweitwichtigstes Problem, LTW (Codierung 2)
198c3	Zweitwichtigstes Problem, LTW (Codierung 3)
199a	Zweitwichtigstes Problem, LTW, Lösungskompetenz (Version A)
199b	Zweitwichtigstes Problem, LTW, Lösungskompetenz (Version B)
1100a	Ebene der Problemlösung (Umweltschutz)
1100b	Ebene der Problemlösung (Kampf gegen das organisierte Verbrechen)
1100c	Ebene der Problemlösung (Landwirtschaft)
1100d	Ebene der Problemlösung (Verteidigung)
1100e	Ebene der Problemlösung (Soziale Sicherheit)
1100f	Ebene der Problemlösung (Entwicklungshilfe)
1100g	Ebene der Problemlösung (Einwanderung und Flüchtlinge)
1100h	Ebene der Problemlösung (Terrorismus)
1100i	Ebene der Problemlösung (Renten und Pensionen)
1100j	Ebene der Problemlösung (Arbeitslosigkeit)
1100k	Ebene der Problemlösung (Gesundheitswesen)
1100l	Ebene der Problemlösung (Bildungswesen)
1100m	Ebene der Problemlösung (Wirtschaft)
1100n	Ebene der Problemlösung (Polizei und Strafverfolgung)
1102	Leistung Regierung, LTW

1103a	Leistung Regierungsparteien, LTW (CDU)
1103c	Leistung Regierungsparteien, LTW (SPD)
1104d	Leistung Oppositionspartei, LTW (FDP)
1104e	Leistung Oppositionspartei, LTW (DIE LINKE)
1104f	Leistung Oppositionspartei, LTW (GRUENE)
1107a	Erwartete Koalition, LTW (CDU und SPD (Grosse Koalition))
1107b	Erwartete Koalition, LTW (DIE LINKE und SPD (Rot-Rote Koalition))
1107c	Erwartete Koalition, LTW (CDU und FDP (Schwarz-Gelbe Koalition))
1107d	Erwartete Koalition, LTW (SPD und GRUENE (Rot-Gruene Koalition))
1107e	Erwartete Koalition, LTW (DIE LINKE, SPD und GRUENE (Rot-Rot-Gruene Koalition))
1107f	Erwartete Koalition, LTW (CDU und GRUENE (Schwarz-Gruene Koalition))
1107g	Erwartete Koalition, LTW (SPD, FDP und GRUENE (Ampel-Koalition))
1107h	Erwartete Koalition, LTW (CDU, FDP und GRUENE (Jamaika-Koalition))
1108a	Skalometer Koalition, LTW (CDU und SPD (Grosse Koalition))
1108b	Skalometer Koalition, LTW (DIE LINKE und SPD (Rot-Rote Koalition))
1108c	Skalometer Koalition, LTW (CDU und FDP (Schwarz-Gelbe Koalition))
1108d	Skalometer Koalition, LTW (SPD und GRUENE (Rot-Gruene Koalition))
1108e	Skalometer Koalition, LTW (DIE LINKE, SPD und GRUENE (Rot-Rot-Gruene Koalition))
1108f	Skalometer Koalition, LTW (CDU und GRUENE (Schwarz-Gruene Koalition))
1108g	Skalometer Koalition, LTW (SPD, FDP und GRUENE (Ampel-Koalition))
1108h	Skalometer Koalition, LTW (CDU, FDP und GRUENE (Jamaika-Koalition))
1218a	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien (FDP)
1218b	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien (GRUENE)
1218d	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien (PIRATEN)
1218e	Einzugswahrscheinlichkeit Kleine Parteien (AfD)
1111	Allgemeine wirtschaftliche Lage , LTW, aktuell
1109	Allgemeine wirtschaftliche Lage, LTW, retrospekt
1110a	Allgemeine wirt Lage , LTW, Verantwortlichkeit (Landesregierung)
1110b	Allgemeine wirt Lage , LTW, Verantwortlichkeit (Bundesregierung)
1110c	Allgemeine wirt Lage , LTW, Verantwortlichkeit (Europäische Union)
1112	Allgemeine wirtschaftliche Lage, LTW, prospektiv
1113	Vergleich der Wirtschaften, LTW
1115	Wichtigste Informationsquelle, LTW
1116	Parteikontakte, LTW

1117a	Parteikontakte, LTW, Art (Wahlveranstaltungen)
1117b	Parteikontakte, LTW, Art (E-Mails)
1117c	Parteikontakte, LTW, Art (Informationsmaterial)
1117d	Parteikontakte, LTW, Art (Wahlanzeigen)
1117e	Parteikontakte, LTW, Art (Plakate)
1117f	Parteikontakte, LTW, Art (Wahlkampfstand)
1117g	Parteikontakte, LTW, Art (Werbesendungen Fernsehen)
1117h	Parteikontakte, LTW, Art (Hausbesuche)
1117i	Parteikontakte, LTW, Art (Telefon)
1117j	Parteikontakte, LTW, Art (Internet)
1117k	Parteikontakte, LTW, Art (keine Angabe)
1118a	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (CDU)
1118b	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (SPD)
1118c	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (FDP)
1118d	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (DIE LINKE)
1118e	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (GRUENE)
1118f	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (AfD)
1118i	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (andere Partei)
1118j	Parteikontakte: Wahlveranstaltungen (keine Angabe)
1119a	Parteikontakte: E-Mails (CDU)
1119b	Parteikontakte: E-Mails (SPD)
1119c	Parteikontakte: E-Mails (FDP)
1119d	Parteikontakte: E-Mails (DIE LINKE)
1119e	Parteikontakte: E-Mails (GRUENE)
1119f	Parteikontakte: E-Mails (AfD)
1119i	Parteikontakte: E-Mails (andere Partei)
1119j	Parteikontakte: E-Mails (keine Angabe)
1120a	Parteikontakte: Informationsmaterial (CDU)
1120b	Parteikontakte: Informationsmaterial (SPD)
1120c	Parteikontakte: Informationsmaterial (FDP)
1120d	Parteikontakte: Informationsmaterial (DIE LINKE)
1120e	Parteikontakte: Informationsmaterial (GRUENE)
1120f	Parteikontakte: Informationsmaterial (AfD)
1120i	Parteikontakte: Informationsmaterial (andere Partei)
1120j	Parteikontakte: Informationsmaterial (keine Angabe)

1123a	Parteikontakte: Wahlanzeigen (CDU)
1123b	Parteikontakte: Wahlanzeigen (SPD)
1123c	Parteikontakte: Wahlanzeigen (FDP)
1123d	Parteikontakte: Wahlanzeigen (DIE LINKE)
1123e	Parteikontakte: Wahlanzeigen (GRUENE)
1123f	Parteikontakte: Wahlanzeigen (AfD)
1123i	Parteikontakte: Wahlanzeigen (andere Partei)
1123j	Parteikontakte: Wahlanzeigen (keine Angabe)
1124a	Parteikontakte: Plakate (CDU)
1124b	Parteikontakte: Plakate (SPD)
1124c	Parteikontakte: Plakate (FDP)
1124d	Parteikontakte: Plakate (DIE LINKE)
1124e	Parteikontakte: Plakate (GRUENE)
1124f	Parteikontakte: Plakate (AfD)
1124i	Parteikontakte: Plakate (andere Partei)
1124j	Parteikontakte: Plakate (keine Angabe)
1125a	Parteikontakte: Wahlkampfstand (CDU)
1125b	Parteikontakte: Wahlkampfstand (SPD)
1125c	Parteikontakte: Wahlkampfstand (FDP)
1125d	Parteikontakte: Wahlkampfstand (DIE LINKE)
1125e	Parteikontakte: Wahlkampfstand (GRUENE)
1125f	Parteikontakte: Wahlkampfstand (AfD)
1125i	Parteikontakte: Wahlkampfstand (andere Partei)
1125j	Parteikontakte: Wahlkampfstand (keine Angabe)
1121a	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (CDU)
1121b	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (SPD)
1121c	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (FDP)
1121d	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (DIE LINKE)
1121e	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (GRUENE)
1121f	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (AfD)
1121i	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (andere Partei)
1121j	Parteikontakte: Werbesendungen Fernsehen (keine Angabe)
1126a	Parteikontakte: Hausbesuche (CDU)
1126b	Parteikontakte: Hausbesuche (SPD)
1126c	Parteikontakte: Hausbesuche (FDP)

1126d	Parteikontakte: Hausbesuche (DIE LINKE)
1126e	Parteikontakte: Hausbesuche (GRUENE)
1126f	Parteikontakte: Hausbesuche (AfD)
1126i	Parteikontakte: Hausbesuche (andere Partei)
1126j	Parteikontakte: Hausbesuche (keine Angabe)
1127a	Parteikontakte: Telefon (CDU)
1127b	Parteikontakte: Telefon (SPD)
1127c	Parteikontakte: Telefon (FDP)
1127d	Parteikontakte: Telefon (DIE LINKE)
1127e	Parteikontakte: Telefon (GRUENE)
1127f	Parteikontakte: Telefon (AfD)
1127i	Parteikontakte: Telefon (andere Partei)
1127j	Parteikontakte: Telefon (keine Angabe)
1128a	Parteikontakte: Internet (CDU)
1128b	Parteikontakte: Internet (SPD)
1128c	Parteikontakte: Internet (FDP)
1128d	Parteikontakte: Internet (DIE LINKE)
1128e	Parteikontakte: Internet (GRUENE)
1128f	Parteikontakte: Internet (AfD)
1128i	Parteikontakte: Internet (andere Partei)
1128j	Parteikontakte: Internet (keine Angabe)
1129	Wahlkampf: hilfreich
1260	Recall, Wahlberechtigung, LTW
1261	Recall, Wahlteilnahme, LTW
1146a	Recall, LTW (Version A)
1146b	Recall, LTW (Version B)
1147	Gespraechе ueber Politik
1148	Gespraechе ueber Politik, LTW
1318	Netzwerkgrösse
1319	Gespraechspartner 1: Beziehung, LTW, eine Person
1149	Gespraechspartner 1: Beziehung, LTW, mehrere Personen
1150	Gespraechspartner 1: Intensitaet, LTW
1151	Gespraechspartner 1: Verstaendnis von Politik, LTW
1152	Gespraechspartner 1: Meinungsverschiedenheit, LTW
1153a	Gespraechspartner 1: Wahlentscheidung (Version A)

1153b	Gesprächspartner 1: Wahlentscheidung (Version B)
1154a	Gesprächspartner 1: Wahlentscheidung, LTW (Version A)
1154b	Gesprächspartner 1: Wahlentscheidung, LTW (Version B)
1309	Wahlbeteiligung, Nachbarschaft, LTW
1310	Wahlbeteiligung, Bekanntenkreis, LTW
1161	Unterschied Regierung
1162	Unterschied Regierung, LTW
1163a	Links-Rechts-Einstufung Parteien (CDU)
1163b	Links-Rechts-Einstufung Parteien (CSU)
1163c	Links-Rechts-Einstufung Parteien (SPD)
1163e	Links-Rechts-Einstufung Parteien (DIE LINKE)
1163f	Links-Rechts-Einstufung Parteien (GRUENE)
1163d	Links-Rechts-Einstufung Parteien (FDP)
1163h	Links-Rechts-Einstufung Parteien (AfD)
1164a	Links-Rechts-Einstufung Parteien, LTW (CDU)
1164b	Links-Rechts-Einstufung Parteien, LTW (SPD)
1164d	Links-Rechts-Einstufung Parteien, LTW (DIE LINKE)
1164e	Links-Rechts-Einstufung Parteien, LTW (GRUENE)
1164c	Links-Rechts-Einstufung Parteien, LTW (FDP)
1164h	Links-Rechts-Einstufung Parteien, LTW (AfD)
1165	Links-Rechts-Selbsteinstufung
1166	Unterschied Parteien
1167	Unterschied Parteien, LTW
1155a	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Parteien (CDU)
1155b	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Parteien (CSU)
1155c	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Parteien (SPD)
1155f	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Parteien (FDP)
1155d	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Parteien (DIE LINKE)
1155e	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Parteien (GRUENE)
1155g	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Parteien (AfD)
1156	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Ego
1157	Positionsissue: Sozioökonomische Dimension, Salienz
1170a	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (CDU)
1170b	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (CSU)
1170c	Positionsissue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (SPD)

1170f	Positionsisssue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (FDP)
1170d	Positionsisssue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (DIE LINKE)
1170e	Positionsisssue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (GRUENE)
1170g	Positionsisssue: Libertaer-autoritaere Dimension, Parteien (AfD)
1171	Positionsisssue: Libertaer-autoritaere Dimension, Ego
1172	Positionsisssue: Libertaer-autoritaere Dimension, Salienz
1173a	Verbundenheit Batterie (Gemeinde, in der Sie leben)
1173b	Verbundenheit Batterie (Region, in der Sie leben)
1173c	Verbundenheit Batterie (Bundesland, in dem Sie leben)
1173d	Verbundenheit Batterie (Westdeutschland)
1173e	Verbundenheit Batterie (Ostdeutschland)
1173f	Verbundenheit Batterie (Deutschland insgesamt)
1173g	Verbundenheit Batterie (Europaeische Union)
1173h	Verbundenheit Batterie (Europa insgesamt)
1331a	Issuebatterie (Verpflichtung Einwanderer Anpassung an dt. Kultur)
1331b	Issuebatterie (Frauenquote fuer grosse Unternehmen)
1331c	Issuebatterie (Der Staat sollte sich aus der Wirtschaft heraushalten.)
1331d	Issuebatterie (Regierung sollte Einkommensunterschiede verringern)
1331e	Issuebatterie (In Krise sollte BRD EU-Mitgliedsstaaten finanziell unterstuetzen)
1331f	Issuebatterie (Bindender Volksentscheid auf Bundesebene)
1331g	Issuebatterie (Energieversorgung auch durch Atomkraft)
1331h	Issuebatterie (Gleichgeschlechtliche Ehen sollten gesetzlich anerkannt werden.)
1331i	Issuebatterie (Besserverdienende Buerger sollten mehr Steuern bezahlen)
1331j	Issuebatterie (Gemeinnuetzige Arbeit fuer Arbeitslosengeld)
1331k	Issuebatterie (Menschen sollten sich staerker an Gebote Gottes orientieren)
1331l	Issuebatterie (Das Internet sollte staerker kontrolliert werden.)
1331m	Issuebatterie (Die D-Mark sollte wieder eingefuehrt werden.)
1174a	Parteiidentifikation (Version A)
1174b	Parteiidentifikation (Version B)
1175	Parteiidentifikation, Staerke
1176	Parteiidentifikation, Dauer
1178	Lebenszufriedenheit
1179a	Organisationsmitgliedschaft (Gewerkschaft)
1179b	Organisationsmitgliedschaft (Unternehmer-/Arbeitgeberverband)
1179c	Organisationsmitgliedschaft (Berufsvereinigung/-verband)

1179d	Organisationsmitgliedschaft (Bauern- bzw. Landwirtschaftsverband)
1179e	Organisationsmitgliedschaft (Religioese/kirchliche Gruppe)
1179f	Organisationsmitgliedschaft (Sport-/Hobbyverein)
1179g	Organisationsmitgliedschaft (Umweltschutzgruppe)
1179h	Organisationsmitgliedschaft (Globalisierungskritische Gruppe, wie z.B. ATTAC)
1179i	Organisationsmitgliedschaft (Frauenorganisation)
1179j	Organisationsmitgliedschaft (Partei)
1179jc1	Organisationsmitgliedschaft (Partei, Codierung 1)
1180	Familienstand
1188	Haushaltsgroesse
1348a	Haushaltsmitglieder, Alter (2. Person)
1348b	Haushaltsmitglieder, Alter (3. Person)
1348c	Haushaltsmitglieder, Alter (4. Person)
1348d	Haushaltsmitglieder, Alter (5. Person)
1348e	Haushaltsmitglieder, Alter (6. Person)
1348f	Haushaltsmitglieder, Alter (7. Person)
1349a	Berufliche Bildung (berufl.-betriebl.Anlernzeit mit Abschlusszg., keine Lehre)
1349b	Berufliche Bildung (Teilfacharbeiterabschluss)
1349c	Berufliche Bildung (abgeschlossene gewerbliche oder landwirtschaftliche Lehre)
1349d	Berufliche Bildung (abgeschlossene kaufmaennische Lehre)
1349e	Berufliche Bildung (berufliches Praktikum, Volontariat)
1349f	Berufliche Bildung (Berufsfachschulabschluss)
1349g	Berufliche Bildung (Fachschulabschluss)
1349h	Berufliche Bildung (Meister, Technikerabschluss)
1349i	Berufliche Bildung (Fachhochschulabschluss)
1349j	Berufliche Bildung (Hochschulabschluss)
1349k	Berufliche Bildung (andere beruflichen Ausbildungsabschluss)
1349ks	Berufliche Bildung (andere beruflichen Ausbildungsabschluss, Nennung)
1349l	Berufliche Bildung (noch in beruflicher Ausbildung)
1349m	Berufliche Bildung (keine abgeschlossene Ausbildung)
1349n	Berufliche Bildung (keine Angabe)
1181	Erwerbstaetigkeit
1182	Erwerbstaetigkeit, frueher
1183	Angst Stellenverlust
1184	Beschaefigungssektor

1185	Beschaeftigungssektor, frueher
1186	Beruf
1187	Beruf, frueher
1251	Beruf, Nachfrage I
1252	Beruf, Nachfrage II
1253	Beruf, Nachfrage III
1254	Beruf, Nachfrage IV
1190	Religionszugehoerigkeit
1332	Haeufigkeit Gottesdienst
1194	Deutsche Staatsbuergerschaft, Geburt
1195	Deutsche Staatsbuergerschaft, Dauer
1197	Geburtsland (V2)
1220	Geburtsland, Ausland
1199	Geburtsland, Mutter (V2)
1198	Geburtsland, Vater (V2)
1196	Schichtzugehoerigkeit, subjektiv
1200	Nettoeinkommen HH
bik10	BIK10
elecdist	Wahlkreis (Electoral District)
elecdist1	Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 1. Moeglichkeit
elecdist2	Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 2. 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-elecdist2 „Wahlkreis nicht eindeutig zuordenbar: 1.-2. Möglichkeit“ die Nummern der Wahlkreise erfasst, denen der Befragte anhand der von ihm genannten Postleitzahl potenziell zugeordnet werden kann.

Von den 504 realisierten Interviews, konnten sieben Postleitzahlen (1,39%) nicht zugeordnet werden. Für weitere 21 Postleitzahlen (4,17%) 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 0,05 unterschreitet.⁸ Um sehr große Gewichtungsfaktoren zu vermeiden wurden die Faktoren (nach jedem Iterationsschritt) auf den fünffachen Mittelwert der Gewichtungsvariable getrimmt.⁹

Bei der Erstellung der Anpassungsgewichte für das Tracking wurde zum einen an die Randverteilungen des (N)Onliner Atlas 2014¹⁰ und zum anderen an die Verteilungen des Mikrozensus

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.

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.

2011 angepasst.¹¹ Bei der Erstellung der Sollverteilungen des Mikrozensus 2011 ging nur die Bevölkerung über 18 Jahren mit deutscher Staatsbürgerschaft in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung ein.¹²

Für das Langfrist-Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen 2014 (ZA5740) 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 MZ2011, mit Zeitunterschreibern)	wei_mzz
Sozial- und regionalstrukturelles Gewicht (Anpassung MZ2011, 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.

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

Die BIK-Gemeindegrößenklasse wurde zu zwei Kategorien zusammengefasst (siehe nachfolgende Tabelle).

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]).

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

Merkmal	Ist (in Prozent)		Soll (in Prozent)	
	Mit Zeitunter- schreibern (N=507)	Ohne Zeitunter- schreiber (N=453)	Mikrozensus 2011	(N)Onliner Atlas
Geschlecht				
Männlich	51,19	51,88	48,88	54,92
Weiblich	48,81	48,12	51,12	45,08
Altersgruppe				
18 bis unter 30 Jahre	19,44	17,88	16,30	19,17
30 bis unter 45 Jahre	31,94	30,24	20,27	23,66
45 bis unter 60 Jahre	29,76	31,13	28,86	39,55
60 Jahre und älter	18,85	20,75	34,57	17,62
Bildung				
Niedrig	13,69	13,91	24,69	17,27
Mittel	48,61	49,01	54,07	55,79
Hoch	37,70	37,09	26,24	26,94
BIK				
Unter 20.000 Einwohner	20,04	20,31	58,13	22,11
Über 20.000 Einwohner	79,96	79,69	41,87	77,72

Die Berechnung der Gewichtungvariablen, die an die Verteilung des Mikrozensus anpassen (wei_mzz und wei_mzoz), konnte mit und ohne Zeitunterschreibern jeweils nach der achten Iteration abgebrochen werden, da die Differenz zwischen den gewichteten Istwerten in der Stichprobe und den Sollwerten des Mikrozensus das Abbruchkriterium von 0,05 unterschritt. Eine Trimmung auf den Wert fünf wurde bei der Berechnung mit und ohne Zeitunterschreibern in elf Fällen vorgenommen.

Die Berechnung der Gewichtungvariablen, die an die Verteilung des (N)Onliner Atlas anpassen (wei_onz und wei_onoz), wurden mit und ohne Zeitunterschreiber nach der zwanzigsten Iteration abgebrochen, da damit die maximale Anzahl an erlaubten Iterationen erreicht wurde. Die größte Abweichung zwischen der Soll und Ist-Verteilung beträgt nach der Gewichtung 0,135.

Eine Übersicht über die berechneten Gewichte bietet die nachfolgende Tabelle.

Tabelle 13: Übersicht über die Gewichtungsfaktoren im Online-Tracking zur Landtagswahl in Thüringen 2014

	N	Mittelwert	Standard- abweichung	Min.	Max.	1.Quartil	Median	3.Quartil	Max./Min. ¹⁴
wei_mzz	504	1	1,23	0,12	5	0,31	0,37	1,27	41,67
wei_mzoz	453	1	1,20	0,13	5	0,33	0,38	1,09	38,46
wei_onz	504	1	0,31	0,49	1,77	0,76	0,95	1,23	3,61
wei_onoz	453	1	0,30	0,52	1,85	0,81	0,96	1,20	3,56

Hinweise und Anmerkungen

Errata

Ein Fall hat bei der Frage 181 „Wahl-O-Mat, Nutzung“ fälschlicherweise die Frage nicht gesehen. Er wurde in -92 „Fehler in Daten“ umkodiert

Durch die Transformation des Datensatzes in das STATA Format „.dta“ werden alle offenen Angaben in den Stringvariablen I25s (Wichtigstes Problem), I27s (Zweitwichtigstes Problem), I96s (Wichtigstes Problem, LTW) und I98s (Zweitwichtigstes Problem, LTW) auf 244 Zeichen gekürzt. Für eine Analyse der offenen Angaben ist daher ausschließlich der Datensatz im SPSS Format „.sav“ zu verwenden.

Weitere Hinweise

Veränderung von Version 1.0.0 zu Version 2.0.0

Die Gewichte zur Anpassung an die Randverteilungen der Onlinebevölkerung (wei_onz, wei_onoz) wurden aktualisiert. Sie basieren nun auf dem (N)Onliner Atlas 2014.

Korrekturen in Studienbeschreibung und Fragebogen.

¹⁴ 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, Juli 2015