

DIW Berlin / SOEP (Ed.)

Research Report

SOEP 2009 - Methodenbericht Innovationssample zum Befragungsjahr 2009 (Welle 26) des Sozio-oekonomischen Panels (Erstbefragung Stichprobe I)

SOEP Survey Papers, No. 73

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: DIW Berlin / SOEP (Ed.) (2012) : SOEP 2009 - Methodenbericht Innovationssample zum Befragungsjahr 2009 (Welle 26) des Sozio-oekonomischen Panels (Erstbefragung Stichprobe I), SOEP Survey Papers, No. 73, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/61556>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

SOEP Survey Papers

Series B - Survey Reports (Methodenberichte)

SOEP – The German Socio-Economic Panel Study at DIW Berlin

2012

**SOEP 2009 – Methodenbericht Innovations-
sample zum Befragungsjahr 2009
(Welle 26) des Sozio-oekonomischen Panels
(Erstbefragung Stichprobe I)**

Running since 1984, the German Socio-Economic Panel Study (SOEP) is a wide-ranging representative longitudinal study of private households, located at the German Institute for Economic Research, DIW Berlin.

The aim of the SOEP Survey Papers Series is to thoroughly document the survey's data collection and data processing.

The SOEP Survey Papers is comprised of the following series:

Series A – Survey Instruments (Erhebungsinstrumente)

Series B – Survey Reports (Methodenberichte)

Series C – Data Documentation (Datendokumentationen)

Series D – Variable Descriptions and Coding

Series E – SOEPmonitors

Series F – SOEP Newsletters

Series G – General Issues and Teaching Materials

The SOEP Survey Papers are available at
<http://www.diw.de/soepsurveypapers>

Editors:

Prof. Dr. Gert G. Wagner, DIW Berlin and Technische Universität Berlin

Prof. Dr. Jürgen Schupp, DIW Berlin and Freie Universität Berlin

Please cite this paper as follows:

TNS Infratest Sozialforschung. 2012. SOEP 2009 – Methodenbericht Innovationsample zum Befragungsjahr 2009 (Welle 26) des Sozio-oekonomischen Panels (Erstbefragung Stichprobe I). SOEP Survey Papers 73: Series B. Berlin: DIW/SOEP

ISSN: 2193-5580 (online)

Contact: DIW Berlin
SOEP
Mohrenstr. 58
10117 Berlin

Email: soeppapers@diw.de

TNS INFRATEST SOZIALFORSCHUNG

**SOEP 2009 –
METHODENBERICHT INNOVATIONSSAMPLE ZUM
BEFRAGUNGSJAHR 2009 (WELLE 26) DES
SOZIO-OEKONOMISCHEN PANELS (ERSTBEFRA-
GUNG STICHPROBE I)**

München, 2010

Reprint 2012

Inhalt

	Seite
1. Ziele und Anlage der Erhebung	4
2. Stichprobendesign	7
2.1 Bildung der Auswahlgesamtheit	8
2.2 Bildung der Feldeinsatzstichprobe	11
2.3 Die realisierte Nettostichprobe	16
3. Durchführung der Erhebung	17
3.1 Zeitlicher Verlauf der Feldarbeit	17
3.2 Erhebungsmodus, -instrumente und Feldunterlagen	18
3.3 Interviewereinsatz	18
4. Ergebnisse der Feldarbeit	20
4.1 Stichprobenausschöpfung auf Haushalts- und Personenebene	20
4.2 Stichprobenausschöpfung nach regionalen Merkmalen	26
4.3 Güte des onomastischen Verfahrens	27
4.4. Erweiterte Erhebung von Nonresponse-Informationen	33
5. Non-response-Nacherhebung	36
5.1 Bruttostichprobe	36
5.2 Versand der Anschreiben und sonstiger Befragungsunterlagen	38
5.3 Fragebogenvarianten	39
5.4 Ausschöpfung und Verweigerungsgründe	41
6. Datenprüfung, übergebener Datenbestand und Gewichtung	48
Anhang	51
A Feldunterlagen zur Haupterhebung	51
A.1 Anschreiben an die Befragten	51
A.2 Befragtenbroschüre	56
A.3 Kurzfragebogen Wohnumfelddaten	64
B Anschreiben und Fragebogen zur Nonresponse-Nacherhebung	66
B.1 Anschreiben an die Befragten	66
B.2 Fragebogen	74

1. Ziele und Anlage der Erhebung

Im Rahmen des seit 1984 laufenden Großprojektes SOEP (Sozio-ökonomisches Panel)¹ wurden im Laufe der Jahre sukzessive neue Teilstichproben erhoben.² Diese können entweder in das eigentliche Panel integriert oder als eigenständige Teilprojekte etabliert werden. Neue Stichproben können drei wesentliche Funktionen haben:

1. Sie bilden neu hinzukommende oder spezielle Grundgesamtheiten ab (z. B. ostdeutsche oder einkommensstarke Haushalte).³
2. Sie dienen der Aufstockung des Stichprobenumfangs, sind also repräsentative Stichproben aller privaten Haushalte in Deutschland. Diese Ergänzungsstichproben sind in der Regel mit spezifischen methodischen Innovationen verknüpft.⁴

Die Stichprobentypen (1) und (2) sind in den SOEP-Längsschnitt integriert und werden mit den SOEP-Standard-Erhebungsinstrumenten erhoben (Haushaltsfragebogen, Personenfragebogen etc.).

3. Eigenständige Stichproben, die in der Regel nicht in den SOEP-Längsschnitt überführt werden (allerdings einen eigenen Längsschnittcharakter haben können), entsprechen in der Regel in mehreren Belangen nicht dem „SOEP-Standard“ und setzen beispielsweise andere Erhebungskonzepte, -instrumente oder -modi ein, sind keine Haushaltsstichproben oder nicht repräsentativ angelegt. Eigenständige Stichproben dienen zum Beispiel der Erprobung neuer Fragebogeninhalte oder -konzepte im Rahmen der jährlich stattfindenden SOEP-Testerhebung oder sind innovative Studien in Kooperation mit weiteren Forschungseinrichtungen oder -instituten.⁵

¹ Das Sozio-ökonomische Panel (SOEP) ist eine seit 1984 jährlich laufende repräsentative Langzeitbefragung privater Haushalte in Deutschland. Die Verantwortung für das Gesamtprojekt liegt bei der SOEP-Gruppe des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW). Kooperationspartner für die Datenerhebung, Datenaufbereitung und Beratung hinsichtlich Stichprobenanlage, Fragebogendesign und Panelsteuerung ist seit der ersten Erhebungswelle im Jahr 1984 der Geschäftsbereich Sozialforschung des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Infratest in München.

² Die Ausgangsstichprobe des Jahres 1984 setzt sich aus Stichprobe A: Deutsche Haushalte, und Stichprobe B: Ausländer-Haushalte zusammen.

³ Die bisherigen Erweiterungsstichproben des SOEP sind: Stichprobe C: Ostdeutsche Haushalte (seit 1990); Stichprobe D: Zuwanderer der Dekade 1984-1994 (seit 1995); Stichprobe G: Einkommensstarke Haushalte (seit 2002).

⁴ Die bisherigen Aufstockungsstichproben sind: Stichprobe E (seit 1998), Einführung der CAPI-Technik als Interviewmethode; Stichprobe F (seit 2000) und H (seit 2006), Erprobung innovativer Erhebungskonzepte in Haushalts-Stichproben.

⁵ Beispiele für eigenständige Innovationsstichproben sind die beiden Biomarkerstudien der Jahre 2008 und 2009 (Messung genetischer Grundlagen von Alltagsentscheidungen unter Surveybedingungen), die drei Mutter-Kind-Studien (Kompetenz- und Verhaltenstests mit Kindern im Vorschulalter) der Jahre 2008 und 2009 sowie die beiden Laborstichproben (Vom Labor ins Feld) der Jahre 2008 und 2009.

Im Jahr 2009 kam als weitere Ergänzungsstichprobe das Innovationssample I hinzu. Insgesamt stützt sich das Forschungsdesign des Innovationssamples I hinsichtlich der Zielsetzung der Studie auf vier zentrale Pfeiler:

1. Die Stichprobe I soll zunächst als eigenständiges Panel etabliert werden. Voraussichtlich 2011 wird es dann zusammen mit der Aufstockungsstichprobe E in ein Innovationspanel überführt, dessen primäres Ziel der Einsatz und das Erproben innovativer Survey-Methoden ist. Anhand eines repräsentativen Querschnitts der privaten Haushalte in Deutschland des Jahres 2009 wird mit rund 1.500 Befragungshaushalten zunächst die Stichprobenbasis für die Stichprobe I gelegt. Die grundlegende Stichprobenanlage und die Bildung der Feldeinsatzstichprobe werden in **Abschnitt 2** beschrieben, Fragen hinsichtlich der Durchführung der Erhebung (Erhebungsmodus, -instrumente, Interviewereinsatz etc.) werden in **Abschnitt 3** beantwortet.
2. Erstmals in der Geschichte des SOEP sollte die Wirkung unterschiedlicher Incentivierungskonzepte auf die Teilnahmebereitschaft systematisch getestet werden. Angesichts sinkender Teilnahmequoten an Surveys und zunehmend höherer „Incentivierungen“ (in Form von Geld- oder Sachprämien) für Befragte sollte mit Hilfe eines experimentellen Designs erprobt werden, wie stark sich unterschiedliche Incentivierungsformen und Incentivierungshöhen sowohl auf die Response Rates als auch auf die Ausfallstrukturen auswirken. Im Hinblick auf künftige SOEP-Aufwuchsstichproben sollen auf Grundlage der hier gewonnenen Erfahrungen Rückschlüsse auf die Wahl methodisch und kostenmäßig angemessener Incentivierungskonzepte gezogen werden. Die Verteilung der Bruttohaushalte auf die einzelnen Split-Gruppen kann **Abschnitt 2.2** entnommen werden. Die Auswirkungen des Incentivierungsexperiments auf das Bearbeitungsergebnis werden im Rahmen von **Abschnitt 4**, der die Ergebnisse der Feldarbeit aufzeigt, in **Abschnitt 4.1** dargelegt.
3. Aufgrund der Zunahme von privaten Haushalten in Deutschland, in denen mindestens eine Person ausländischer Staatsbürgerschaft oder Herkunft lebt, gewinnt die adäquate Repräsentation von Haushalten, in denen Ausländer oder Personen mit Migrationshintergrund wohnen, noch stärker an Bedeutung als dies in der Vergangenheit bereits der Fall war. Mit dem Teilsample B des Jahres 1984, das die fünf damals am stärksten in Westdeutschland vertretenen Nationalitäten (Türken, Griechen, Italiener, Jugoslawen, Spanier) umfasste, und der Zuwanderer-Stichprobe D 1995 umfasst das SOEP-Stichprobensystem zwei Spezial-Teilstichproben zur adäquaten Erfassung der ausländischen Bevölkerung bzw. von Haushalten mit Migrationshintergrund. Diese „Sondersamples“ sind aus zwei Gründen für die bevölkerungsrepräsentative Anlage des SOEP zentral: erstens gelingt es bei allgemeinen Bevölkerungsstichproben nicht, die Anteile der ausländischen Haushalte/Migrationshaushalte proportional zur Grundgesamtheit der privaten Haushalte in Deutschland abzubilden. Zudem werden für spezielle Analysen von Haushalten mit Zuwanderungshintergrund Mindestfallzahlen benötigt, um ausreichend statistische Power zur Verfügung zu haben. Mit der Innovationsstichprobe I wurde zum zweiten Mal nach Stichprobe F im Jahr 2000 im Rahmen einer allgemeinen Aufstockungsstichprobe ein „Oversampling“ von nicht-deutschen Haushalten durchgeführt. In der Stichprobe F wurde dies durch einen verlängerten Behebungsweg bewerkstelligt (vgl. Methodenbericht Aufwuchsstichprobe F 2000). Für die Innovationsstichprobe I wurde ein neues Verfahren zur

Repräsentation ausländischer Haushalte bzw. Haushalte mit Migrationshintergrund erprobt. Dieses besteht aus einer Kombination aus Random Walk mit verlängertem Begehungsweg und einem auf der Namensforschung („Onomastik“) basierenden Verfahren. Das onomastische Verfahren und die Regeln zum Oversampling der „Zuwanderer-Haushalte“ werden in **Abschnitt 2.2** beschrieben. Darüber hinaus erfolgt in **Abschnitt 4.3** eine erste Bewertung der Güte des onomastischen Verfahrens.

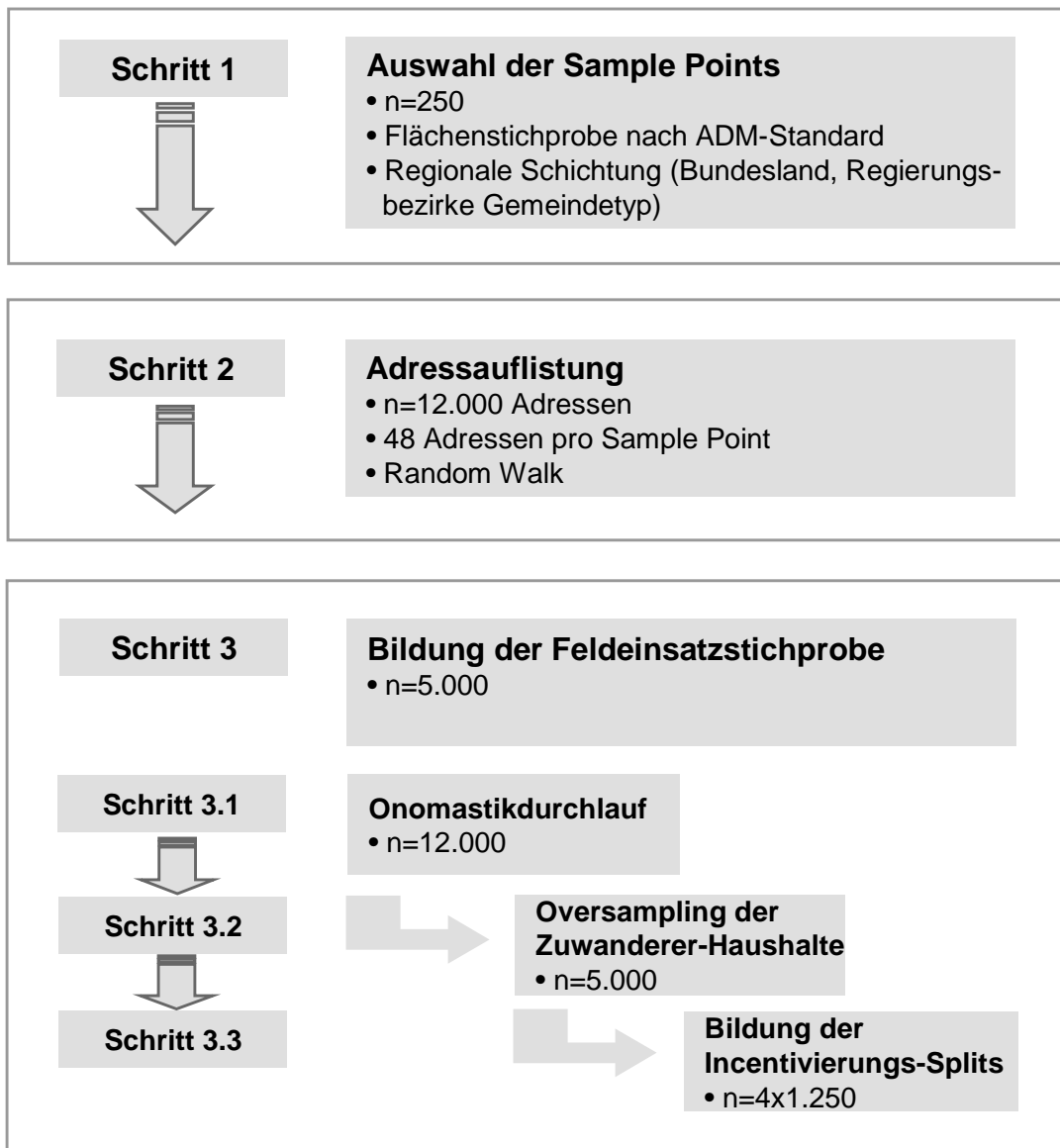
4. In Deutschland nimmt seit vielen Jahren die Teilnahmebereitschaft für Umfragen ab. Je stärker dieser Trend ist, desto größer wird derjenige Bevölkerungsanteil, über den im Rahmen einer Erhebung keine oder nur sehr wenige Informationen vorliegen. Anhand einer verbesserten Wohnumfelddokumentation auf den Adressprotokollen und einer „Non-response-Nacherhebung“ wurden erweiterte Informationen über die Gruppe nicht teilnehmender Haushalte gewonnen. Ziel war es, Aussagen über einen etwaigen „*unit non-response bias*“, also über die mögliche systematische Verzerrung aufgrund struktureller und inhaltlicher Unterschiede zwischen den teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalten, zu treffen. Auf die erweiterten Non-response-Informationen im Adressprotokoll wird in den **Abschnitt 4.4** eingegangen. Die Non-response-Nacherhebung wird in **Abschnitt 5** ausführlich beschrieben.

Im Rahmen des vorliegenden Berichtes verzichten wir darauf, auf sämtliche Details der Erhebungsinstrumente und Arbeitsprozesse, die im Rahmen von Erstbefragungen im SOEP zum Einsatz gelangen, einzugehen. Der Fokus liegt vielmehr auf der Beschreibung der methodischen Besonderheiten und Innovationen sowie auf der Darlegung erster einschlägiger Ergebnisse. Ansonsten verweisen wir an den entsprechenden Stellen auf die von TNS Infratest jährlich vorgelegten Methodenberichte zur jeweiligen SOEP-Haupterhebung bzw. zu den beiden Aufstockungstichproben 2000 (Stichprobe F) und 2006 (Stichprobe H).

2. Stichprobendesign

Aufgrund der im einleitenden Kapitel aufgeführten Spezifika dieser Studie waren an das Stichprobendesign hohe Anforderungen gestellt. **Abbildung 2.1** gibt einen Überblick über das mehrstufige Verfahren von der Auswahl der Sample Points bis hin zur Bildung der Feldeinsatzstichprobe. In den folgenden Kapiteln werden die einzelnen Schritte erläutert.

Abbildung 2.1:
Darstellung des mehrstufigen Auswahlverfahrens der Innovationsstichprobe 2009



2.1 Bildung der Auswahlgesamtheit

Beim Innovationssample I handelt es sich um eine Erstbefragung. Die Grundgesamtheit sind alle privaten Haushalte in Deutschland. In den Befragungshaushalten sollen alle Haushaltsmitglieder ab 17 Jahren befragt werden, sodass das Stichprobenverfahren zugleich zu einer repräsentativen Stichprobe aller Personen ab 16 Jahren führt.⁶

Auswahl der Sample Points

Die erste Auswahlstufe im Ziehungsdesign auf Grundlage des ADM-Stichprobensystems umfasste die Auswahl der 250 Sample Points. Die zugrunde liegende Idee des flächenbasierten ADM-Systems zielt darauf ab, möglichst ähnlich große und in der Struktur näherungsweise homogene kleinste räumliche Einheiten abzubilden. Je gleichmäßiger die Flächen in der Größe und der lokalen Verteilung sind, umso geringer sind mögliche Verzerrungen bei der Zufallsziehung der ersten Stufe. Alle Flächen erhalten entsprechend der Anzahl der Privathaushalte ein Bedeutungsgewicht für die Ziehung, wodurch unvermeidliche Größen-(= Gewichts-)Unterschiede zwischen den Sample Points berücksichtigt werden.

Die Voraussetzung für die Flächenbildung ist eine vollständige Straßendatei, wobei diese mit der die Einwohnerzahlen enthaltenden Datei korrespondieren muss. Im ADM-System wird dabei das so genannte BIK-Modell angewendet, das sich auf die kleinsten administrativen Raumeinheiten für Bevölkerungs- und Haushaltszahlen aus der amtlichen Statistik bezieht. Die Flächenbildung erfolgt daher in größeren Gemeinden und Städten entlang administrativer Untergliederungen in Stadtbezirke/Stadtteile und Ortsteile. Auf diesem Weg wird sichergestellt, dass verfügbare Daten aus der kommunalen Statistik zur Bildung der Flächen einschließlich der Bedeutungsgewichte innerhalb der Städte genutzt werden können. Um eine ausreichend große Mindestanzahl von Adressen für die (wiederholte) Bearbeitung von Sample Points zu haben, wurde ein Mengengerüst von 600 bis 700 Haushalten pro Flächeneinheit angestrebt.

Die insgesamt ca. 53.000 Flächen oder Sample Points bilden die Auswahlseinheiten der ersten Auswahlstufe. Mit Wahrscheinlichkeiten proportional zur Zahl der Haushalte in den Sample Points wird nun in jeder Zelle die erforderliche Anzahl Sample Points gezogen. Die Schichtungskriterien sind Bundesland, Regierungsbezirk und Gemeindetyp nach BIK-Stadtregion.

Die Verteilung der für die Innovationsstichprobe I gezogenen Sample Points auf die einzelnen Bundesländer im Vergleich zur tatsächlichen Verteilung der Haushalte in Deutschland lässt sich in **Tabelle 2.1** ablesen.

⁶ Ab der 2. Befragungswelle sollen alle Haushaltsmitglieder ab 16 Jahren befragt werden. Da dies bei der erstmaligen Befragung von Jugendlichen mit dem Jugendfragebogen geschieht, wird aus Gründen der Entlastung der Befragungshaushalte in Erstwellenbefragungen auf den Einsatz dieses Fragebogens, und somit auf die Befragung der 16-jährigen Haushaltsmitglieder, verzichtet.

Tabelle 2.1:
Verteilung der Sample Points nach Bundesländern

Bundesland	Anzahl Sample Points	Anteil Sample Points	Anteil Haushalte in D ¹
Schleswig-Holstein	8	3,2 %	3,4 %
Hamburg	6	2,4 %	2,4 %
Niedersachsen	24	9,6 %	9,6 %
Bremen	3	1,2 %	0,9 %
Nordrhein-Westfalen	55	22,0 %	21,6 %
Hessen	19	7,6 %	7,3 %
Rheinland-Pfalz	12	4,8 %	4,8 %
Saarland	3	1,2 %	1,3 %
Baden-Württemberg	31	12,4 %	12,4 %
Bayern	36	14,4 %	14,7 %
Berlin	12	4,8 %	4,9 %
Brandenburg	8	3,2 %	3,2 %
Mecklenburg-Vorpommern	5	2,0 %	2,2 %
Sachsen	14	5,6 %	5,6 %
Sachsen-Anhalt	7	2,8 %	3,0 %
Thüringen	7	2,8 %	2,9 %
Insgesamt	250	100 %	100 %

Anmerkungen:

1 Mikrozensus; Stand 31. 12. 2007

Tabelle 2.2:
Verteilung der Sample Points nach BIK-Typ

BIK-Typ ¹	Anzahl Sample Points	Anteil Sample Points	Anteil Haushalte nach BIK-Typ ²
0	68	27,2 %	27,4 %
1	21	8,4 %	8,8 %
2	42	16,8 %	16,3 %
3	35	14,0 %	13,9 %
4	6	2,4 %	2,6 %
5	19	7,6 %	7,6 %
6	27	10,8 %	11,2 %
7	20	8,0 %	7,5 %
8	7	2,8 %	2,7 %
9	5	2,0 %	2,0 %
Gesamt	250	100 %	100 %

Anmerkungen:

1 Gemeindetyp nach BIK-Stadtregionen:

0 = 500.000 und mehr Einwohner (Kern)

1 = 500.000 und mehr Einwohner (Rand)

2 = 100.000 bis unter 500.000 Einwohner (Kern)

3 = 100.000 bis unter 500.000 Einwohner (Rand)

4 = 50.000 bis 100.000 Einwohner (Kern)

5 = 50.000 bis unter 100.000 Einwohner (Rand)

6 = 20.000 bis unter 50.000 Einwohner

7 = 5.000 bis unter 20.000 Einwohner

8 = 2.000 bis unter 5.000 Einwohner

9 = unter 2.000 Einwohner

2 Gemeindedatei Stand 31. 12. 2008

Innerhalb der Bundesländer sind die Sample Points entsprechend der Schichtung nach Gemeindegrößen (BIK-TYP und GGK-Typ) verteilt. **Tabelle 2.2** stellt die Verteilung der Sample Points der Verteilung der deutschen Privathaushalte nach BIK-Typ gegenüber. **Tabelle 2.3** zeigt die Verteilung der Sample Points in West- und Ostdeutschland nach politischer Gemeindegrößenklasse (GGK-Typ).

Tabelle 2.3:

Verteilung der Sample Points nach politischer Gemeindegrößenklasse (GGK-Typ)

GGK-Typ ^{1,2}	Anzahl Sample Points			Anteil Sample Points		
	West ³	Ost ⁴	Gesamt	West ³	Ost ⁴	Gesamt
1	6	4	10	2,4 %	1,6 %	4,0 %
2	9	9	18	3,6 %	3,6 %	7,2 %
3	56	9	65	22,4 %	3,6 %	26,0 %
4	45	9	54	18,0 %	3,6 %	21,6 %
5	15	0	15	6,0 %	0,0 %	6,0 %
6	35	6	41	14,0 %	2,4 %	16,4 %
7	38	9	47	15,2 %	3,6 %	18,8 %
Gesamt	204	46	250	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Anmerkungen:

- 1 Gemeindegrößenklasse (GGK-Typ):
1 = unter 2.000 Einwohner
2 = 2.000 bis unter 5.000 Einwohner
3 = 5.000 bis unter 20.000 Einwohner
- 2 Gemeindefeuerstand 31. 12. 2008
- 3 Alte Bundesländer mit Westteil Berlins

4 Neue Bundesländer mit Ostteil Berlins

- 4 = 20.000 bis unter 50.000 Einwohner
- 5 = 50.000 bis unter 100.000 Einwohner
- 6 = 100.000 bis unter 500.000 Einwohner
- 7 = 500.000 Einwohner und mehr

Adressauflistung

In der zweiten Auswahlstufe der Stichprobe I wurden die für die Stichprobe pro Sample Point benötigten Befragungshaushalte ausgewählt. Dies erfolgte nach dem Modell des Random-Route-Verfahrens, wobei die Durchführung der Befragung allerdings nicht integriert mit der Auswahl der Befragungsadressen erfolgte, sondern die Adressenauswahl zeitlich von der Durchführung der Befragung getrennt wurde („getrennter Adressenvorlauf“). Dies entspricht dem Verfahren, das üblicherweise zur Ziehung von Aufstockungstichproben im SOEP herangezogen wird (zuletzt: Stichproben F 2000 und H 2006). Dieses Verfahren ist aufwendiger als das klassische Random-Route-Verfahren, das in seiner Standardversion ohne getrennten Adressenvorlauf implementiert wird. Gegenüber dem Standard-Verfahren hat die aufwendigere Variante mit getrenntem Adressenvorlauf unter methodischen Qualitätsgesichtspunkten wesentliche Vorteile:

- Die Adressen sind vor dem Feldeinsatz bekannt und können vorab auf Plausibilität und Korrektheit überprüft werden. Mit anderen Worten: es besteht ein genau definiertes Adressbrutto, das für den Feldeinsatz optimal vorbereitet werden kann.
- Der Interviewer, der die Adressen erhebt, ist nicht notwendigerweise derselbe, der die Befragung durchführt.

- Die Haushalte der Stichprobe können vorab angeschrieben werden, um die Befragung anzukündigen und zu erläutern. Dies ist im Hinblick auf die rückläufige Teilnahmebereitschaft bei Bevölkerungsbefragungen unter Ausschöpfungsgesichtspunkten besonders wichtig.
- Der Interviewer erhält für den eigentlichen Feldeinsatz eindeutig vorgegebene Befragungsadressen, deren Bearbeitung im Einzelnen dokumentiert werden kann. Damit ist es auch möglich, neben den „Nettodaten“, d. h. den Daten der durchgeführten Interviews, zusätzlich auch „Bruttodaten“ auszuliefern, in denen die Bruttostichprobe und ihre Bearbeitung dokumentiert sind.

Durch den Adressvorlauf wurde das für die Innovationsstichprobe zu erprobende onomastische Verfahren zur Überrepräsentation von Haushalten mit Migrationshintergrund überhaupt erst ermöglicht.

Pro Sample Point wurden 48 Adressen aufgelistet. Den Interviewern wurde pro Sample Point eine durch Zufallsauswahl festgelegte Adresse als Startpunkt für einen Random Walk übermittelt. Ausgehend von dieser Startadresse folgte der Interviewer nach vorgegebenen Regeln einem Begehungsweg, auf dem er jeden Privathaushalt als potenziellen Befragungshaushalt definierte. Dabei wurde mit den Haushalten kein Kontakt aufgenommen. Notiert wurden also „Klingelschild-Adressen“. In aller Regel ist das ein Familienname, zum Teil sind auch Vornamen oder mehrere Nachnamen angegeben. Die Adressenauflistung erfolgte zunächst mittels eines Erhebungsbogens mit 48 Adresszeilen. Jede Adresse wurde vom Interviewer dann in eine Bildschirmmaske übertragen und in elektronischer Form an TNS Infratest übermittelt.

Der von den Interviewern aufgelistete Adressenbestand von knapp 12.000 Adressen⁷ wurde im Institut zusammengeführt und anhand von Straßen- und Telefonverzeichnissen auf Plausibilität und Vollständigkeit überprüft (Lage auf dem Begehungsweg, richtige Namen, korrekte Schreibweise etc.) und, wenn möglich, mit Telefonnummern und Vornamen angereichert.

2.2 Bildung der Feldeinsatzstichprobe

Die Bildung des Feldeinsatzbruttos erfolgte mehrstufig:

- Die aufgelisteten Adressen wurden zur Kennzeichnung potenzieller Zuwandererhaushalte dem onomastischen Verfahren unterzogen,
- die Bruttostichprobe wurde disproportional geschichtet, wobei die Zuwandererhaushalte überrepräsentiert wurden,
- die Bruttostichprobe wurde in vier gleich große Teilstichproben aufgeteilt (Incentivierungssplits).

⁷ Nicht in allen Sample Points wurden exakt 48 Adressen aufgelistet. In einigen wenigen Points war es dem jeweiligen Interviewer bzw. der jeweiligen Interviewerin nicht möglich, die Zielgröße zu erreichen, da sich auf dem vorgegebenen Begehungsweg aufgrund der zugewiesenen Startadresse für den Random Walk nicht genug Haushalte befanden (z. B. Industriegebiet oder Ende der Gemeinde).

Ursprünglich wurde von einer Bruttostichprobe von 4.000 Haushalten ausgegangen, um mit einer erwarteten Ausschöpfung von etwa 38 % die Zielgröße von 1.500 Nettofällen zu erreichen. Da bereits frühzeitig abzusehen war, dass dieses Ziel mit den eingesetzten Adressen nicht erreichbar ist, wurden nach sechs Wochen Feldzeit weitere 1.000 Haushalte analog zu Tranche 1 gezogen. Im Folgenden werden die einzelnen Schritte der Stichprobenbildung detailliert beschrieben.

Beschreibung des onomastischen Verfahrens

Alle 11.985 Adressen wurden dem Onomastik-Verfahren, also einer sprachlichen Analyse der Personennamen, unterzogen. Die Firma *Humpert und Schneiderheinze* hat hierfür eine Zuweisungssystematik entwickelt, mit deren Hilfe auf Grundlage der Namensforschung (Onomastik) jedem Personennamen eine sprachlich-regionale Herkunft zugeordnet wird.⁸ Das Verfahren gliedert sich in zwei Arbeitsschritte. Zunächst werden Namen mit ihrer sprachlichen Herkunft aus über 450 Quellen der Onomastik erfasst. Dabei wird nach Vor- und Nachnamen differenziert. Außerdem können für jeden Vor- bzw. Nachnamen auch mehrere Sprachen eingetragen werden. In der Quelldatei waren 2009 mehr als 1,4 Millionen Vor- und Nachnamen sowie 128 Sprachen erfasst. Im zweiten Schritt wird in der zentralen Zuordnungsdatei der vollständige Name (Vor- und Nachname) mit den Sprachinformationen aus den Quelldateien einer regionalen Herkunft bzw. einem Migrationshintergrund zugeordnet. Dies erfolgt für jeden spezifischen Personennamen nur bei hoher Zuverlässigkeit bzw. eindeutiger Quellenlage. Die zentrale Namendatei beinhaltete 2009 21,7 Millionen verschiedene Personennamen mit regionaler Zuordnung (einschließlich deutschsprachiger Namen). Aufgrund von Mischformen (Vor- und Nachnamen aus verschiedenen Sprachen), in verschiedenen Ländern vorkommenden Namen sowie frühen Wanderungsbewegungen in Deutschland sind die Zuordnungen mit unterschiedlicher Treffererwartung behaftet (hoch, mittel, gering). Wird ein Name mehr als einer Herkunftsregion zugeordnet, sticht die Region mit der höchsten Treffererwartung.

Für das Adressbrutto der Stichprobe I wurde zunächst jedem aufgelisteten Namen eine regionale Herkunft zugeordnet. Alle Namen, die durch das onomastische Verfahren als „deutsch“ identifiziert wurden, wurden für die Erhebung ebenfalls als „deutsch“ klassifiziert. War die Herkunftsregion mit mindestens geringer Treffererwartung eine andere, wurde der Haushalt als „Zuwanderer-Haushalt“ gekennzeichnet. Da für die erste Welle des Innovationssamples nur Klingelschildadressen vorlagen, die – unabhängig von der tatsächlichen Haushaltsgröße – zumeist mit einem, aber häufig auch mit mehreren Namen versehen waren und darüber hinaus in knapp 60 % der Adressen kein oder nur ein abgekürzter Vorname angegeben war, ist im Folgenden unter einem Haushalt ausländischer Herkunft/Haushalt mit Migrationshintergrund ein Haushalt zu verstehen, in dem gemäß der zur

8 Näheres zum Verfahren kann u. a. folgenden Publikationen entnommen werden:
Humpert, A./Schneiderheinze, K. (2000): Stichprobenziehung für telefonische Zuwandererumfragen. Einsatzmöglichkeiten der Namensforschung, in: ZUMA-Nachrichten 47, Jg. 24, November 2000, S. 36 - 64.
Humpert, A. (2004): Erfahrungen mit Personennamen zur Bildung von Stichproben für Betriebsbefragungen, in: ZUMA-Nachrichten 54, Jg. 28, Mai 2004, S. 141 - 153.

Verfügung stehenden Informationen mindestens eine Person wohnt, deren Vor- und/oder Nachnamen durch das onomastische Verfahren als „ausländisch“ identifiziert wurde.

Insgesamt wurden 10.792 Adressen ohne Migrationshintergrund identifiziert (fortan D-Adressen). 1.193 Adressen wurden einer ausländischen Herkunft zugeordnet (fortan Z-Adressen). In der Auswahlgrundlage zur Ziehung der Feldeinsatzstichprobe waren somit 11 % Z-Adressen enthalten. Genauer zu den aufgrund der Onomastik vermuteten Herkunftsregionen sowie der Treffergenauigkeit des Verfahrens kann **Abschnitt 4.3** entnommen werden.

Oversampling der „Zuwanderer-Haushalte“ und Ziehung der Bruttostichprobe

Der Anteil an Z-Adressen im Adressauflistungsbrutto betrug knapp 11 %. Ziel des Oversamplings waren 22 % Z-Adressen im Feldeinsatzbrutto, also eine Verdopplung des Anteils der Haushalte mit vermutetem Migrationshintergrund in der Bruttostichprobe. Dazu wurde für jeden Sample Point zunächst der Quotient der aufgelisteten Z-Adressen ermittelt (Anzahl Z-Adressen geteilt durch 48) und dieser sodann mit 2 multipliziert. Dieser Wert, multipliziert mit der Anzahl an Adressen, die pro Point in die Bruttostichprobe gelangen sollen, ergibt die Anzahl der zu ziehenden Z-Adressen. Die Differenz aus der Anzahl der insgesamt pro Sample Point zu ziehenden Adressen und der zu ziehenden Z-Adressen ergibt die Anzahl der zu ziehenden D-Adressen.

Vereinfacht dargestellt bedeutet das: Pro Point bestand ein Auflistungsbrutto von 48 Adressen. Daraus wurden zunächst für jeden der 250 Sample Points zwei getrennte Auswahlensamtheiten gebildet, nämlich die Teilstichprobe D-Adressen und die Teilstichprobe Z-Adressen (vgl. **Abbildung 2.2**).

Wie viele D- bzw. Z-Adressen aus den jeweiligen Teilsamples pro Point gezogen wurden, veranschaulicht **Abbildung 2.3**, welche das mathematische Grundprinzip für die Ziehung der Bruttostichprobe für Tranche 1 anhand eines Beispiels erläutert. Die 2. Tranche wurde analog gebildet.

Zur Erläuterung des Beispiels: In einem Sample Point befanden sich nach der Adressauflistung 9 Z- und 39 D-Adressen. Der vorliegende Anteil an Z-Adressen betrug somit 18,75 %. Der zu ziehende Anteil in diesem Sample Point sollte demgemäß 37,5 % betragen. Da in Tranche 1 pro Sample Point 16 Adressen gezogen wurden, betrug die Anzahl der Z-Adressen 6. Dementsprechend wurden 10 D-Adressen gezogen. Die Auswahlwahrscheinlichkeit für jede der 9 im Auflistungsbrutto enthaltenen Z-Adressen ist somit 66,6 %, die der 10 Z-Adressen jeweils 25,6 %.

Abbildung 2.2:
Bildung getrennter D- und Z-Auswahlgesamtheiten pro Sample Point

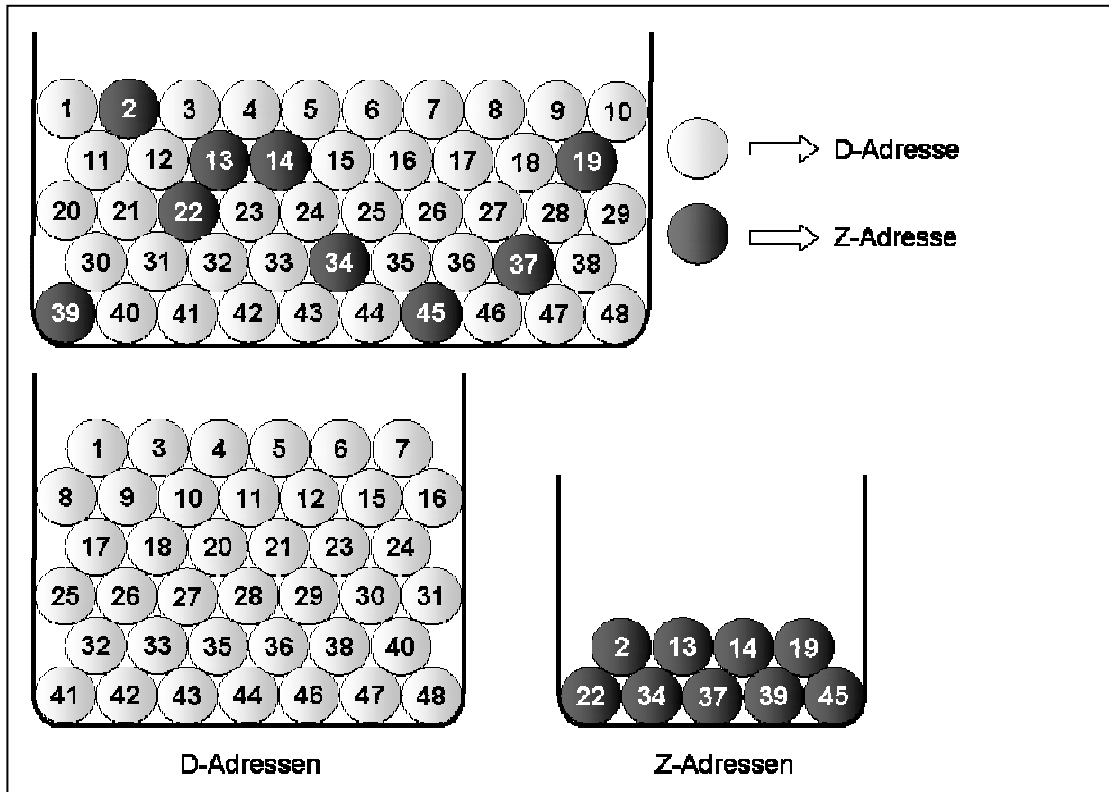


Abbildung 2.3
Formel zur Stichprobenziehung auf Point-Ebene (Tranche 1)

Formel auf Point-Ebene:		
$n(Z) = n(\text{Brutto}) \times A(Z);$	$A(Z) = Z(\text{SP}) \times 2;$	$Z(\text{SP}) = \sum(Z) / 48;$
$n(D) = n(\text{Brutto}) - n(Z);$		
$p(Z) = n(Z) / \sum(Z);$	$p(D) = n(D) / \sum(D);$	
Beispiel: 9 Z-Adressen; 39 D-Adressen		
$Z(\text{SP}) = 9 / 48 = 0,1875;$	$A(Z) = 0,375;$	
$n(Z) = 16 \times 0,375 = 6;$	$n(D) = 16 - 6 = 10;$	
$p(Z) = 6 / 9 = 0,666;$	$p(D) = 10 / 39 = 0,256;$	

Anmerkungen:

n(Brutto): Anzahl zu ziehender Adressen
n(Z): Zielgröße Z-Adressen
n(D): Zielgröße D-Adressen
Z(SP): aufgelisteter Anteil Z-Adressen

$\sum(Z)$: Anzahl der aufgelisteten Z-Adressen
A(Z): Ziel-Anteil Z-Adressen
p(Z): Auswahlwahrscheinlichkeit je Z-Adresse
p(D): Auswahlwahrscheinlichkeit je D-Adresse

Die eigentliche Ziehung der Bruttostichprobe pro Point erfolgte zufallsgesteuert innerhalb der beiden Teilstichproben Z- und D-Adressen in dem zuvor berechneten Verhältnis. Anhand eines Algorithmus wurde sichergestellt, dass die Schrittweite bei der Ziehung innerhalb der Teilsamples jeweils maximal ist. Damit wurde das Problem minimiert, dass beispielsweise im Extremfall alle zu ziehenden D-Adressen unmittelbar nebeneinander liegen.

In der Praxis war dieses Prinzip auf Point-Ebene nicht immer eins zu eins umsetzbar, da aufgrund von rundungsbedingten Anpassungen und teilweise extremen Grundverteilungen im Ausgangsbrutto (z. B. extrem hoher oder extrem niedriger Anteil an Z-Adressen) leichte Anpassungen vorgenommen werden mussten. Auf Gesamtebene ergibt sich daher eine leichte Abweichung des angestrebten Z-Anteils von 22 %. Der nach der Stichprobenziehung erreichte Anteil an Z-Adressen in der Bruttostichprobe beträgt insgesamt 20,1 %, das entspricht einer Abweichung von 1,9 Prozentpunkten (vgl. **Tabelle 2.4**). In Tranche 1 ist der Anteil an Z-Adressen mit 20,6 % allerdings höher als in Tranche 2. Dies ist darin begründet, dass aufgrund der sehr niedrigen Fallzahl von 4 zu ziehenden Bruttoadressen aus den verbliebenen 32 Adressen des Auflistungsbruttos das Rundungsproblem und das Problem extremer Ausgangsverteilungen um ein Vielfaches stärker auftritt als in Tranche 1.

Tabelle 2.4:

Anteil der D- und Z-Adressen in der Bruttostichprobe

	Anteil Z-Adressen	Anteil D-Adressen
Tranche 1	20,6 %	79,4 %
Tranche 2	18,3 %	81,7 %
Gesamt	20,1 %	79,9 %

Kennzeichnung der Incentivierungs-Splits

Die Bruttostichprobe wurde in vier Incentivierungs-Splits eingeteilt:

- Split 1 „**low cash**“: **5 Euro** für das Haushaltsinterview und **5 Euro** für jedes Personeninterview
- Split 2 „**high cash**“: **5 Euro** für das Haushaltsinterview und **10 Euro** für jedes Personeninterview
- Split 3 „**choice**“: Wahlentscheidung zwischen Variante „**low cash**“ oder „**SOEP classic**“
- Split 4 „**SOEP classic**“: **5-€-Los** der ARD-Fernsehlotterie „Ein Platz an der Sonne“

Die Split-Gruppen wurden gleichmäßig auf die Bruttoadressen verteilt, d. h. pro Variante wurden 1.250 Adressen ins Feld gegeben (Tranche 1: je 1.000 Adressen; Tranche 2: je 250 Adressen). Auf Sample Point-Ebene erfolgte die Zuordnung folgendermaßen: Pro Sample Point wurden zunächst 16 Adressen als Befragungsadressen übersandt (Tranche 1), wobei jeweils vier Adressen einem der Incentivierungs-Splits zugeordnet wurden. In einer zweiten Tranche wurden den Interviewern pro Sample Point weitere 4 Adressen übersandt. Jeder

Adresse wurde eine der Incentivierungsvarianten zugeordnet. **Tabelle 2.5** zeigt für beide Tranchen, wie die Splits auf Point-Ebene den Adressen zugeteilt wurden. Die Reihenfolge der Adressen entspricht der Reihenfolge der Auflistung, sie folgt also dem ursprünglichen Begehungsweg.

Tabelle 2.5:
Zuordnung der Split-Gruppen auf Sample-Point-Ebene nach Tranche

Tranche 1		Tranche 2	
Adresse	Split-Gruppe	Adresse	Split-Gruppe
1	1	1	1
2	1	2	2
3	1	3	3
4	1	4	4
5	2		
6	2		
7	2		
8	2		
9	3		
10	3		
11	3		
12	3		
13	4		
14	4		
15	4		
16	4		

2.3 Die realisierte Nettostichprobe

In den folgenden Abschnitten dieses Berichts werden Durchführung und Erfolg der Erhebung unter verschiedenen methodischen Gesichtspunkten näher beschrieben. Vorab soll kurz das Ergebnis dargestellt werden, also die letztlich realisierte Nettostichprobe in der ersten Befragungswelle der neuen Ergänzungsstichprobe I.

Die realisierte Stichprobe umfasst 1.531 Haushalte. Damit wurde das angestrebte Ziel erreicht, eine Zahl von mindestens 1.500 Haushalten für die Teilnahme an der Panelbefragung zu gewinnen. Die Ausschöpfungsquote beträgt (bereinigt um QNA) 32,0 % (vgl. **Abschnitt 4.1**).

In den 1.531 Teilnehmerhaushalten lebten zum Zeitpunkt der Befragung 2.934 Personen im Befragungsalter ab 17 Jahren. Jede dieser Personen sollte mit einem eigenen Personenfragebogen individuell befragt werden. Dies gelang mit einer Erfolgsquote von 85,5 %. Auf Personenebene umfasst damit der Datenbestand der Erstbefragung 2.509 Interviews.

3. Durchführung der Erhebung

3.1 Zeitlicher Verlauf der Feldarbeit

Die Feldarbeit für die erste Welle der Stichprobe I betrug insgesamt knapp fünf Monate (vgl. **Tabelle 3.1**). Feldstart mit 4.000 Adressen war Anfang September. Die Regelbearbeitungszeit war mit 8 Wochen veranschlagt, worauf eine Nachbearbeitung bis dato schlecht bearbeiteter Sample Points von weiteren 8 Wochen folgen sollte. Bereits nach wenigen Wochen war absehbar, dass die Teilnahmebereitschaft der Haushalte hinter den Erwartungen zurückbleibt und somit die Nettosollzahl von 1.500 Haushalten nicht erreicht werden kann. Hinzu kam der allgemeine Trend, dass die Erreichbarkeit und die zeitliche Verfügbarkeit prinzipiell befragungsbereiter Haushalte in den letzten Jahren stetig abgenommen haben. Das macht einen enormen Kontaktaufwand für die Interviewer nötig, was noch dadurch verstärkt wird, dass in Erstwellenbefragungen im SOEP einzig die Methode CAPI zugelassen ist, die Anwesenheit des Interviewers also zwingend erforderlich ist. Bei Haushalten, in denen mehrere Personeninterviews durchgeführt werden, bedeutet das oftmals eine mehrfache Anreise, da nicht immer alle Interviews an einem Tag geführt werden können. Auch aufgrund der Tatsache, dass die eingesetzten Interviewer in aller Regel auch andere Studien bearbeiten, die sowohl vom zeitlichen Aufwand als auch hinsichtlich der Komplexität als einfacher einzuschätzen sind und daher oftmals bevorzugt abgearbeitet werden, gestaltet sich die Feldarbeit teilweise schleppender als intendiert. TNS Infratest Sozialforschung reagierte auf die geringe Teilnahmebereitschaft und die suboptimale Feldbearbeitung in Absprache mit dem DIW mit einer Erhöhung des Feldeinsatzbruttos um 1.000 Haushalte und einer Verlängerung der Feldzeit um einen Monat. Durch diese Maßnahmen konnte die Zielfallzahl von mindestens 1.500 Haushalten Ende Januar 2010 sichergestellt werden.

Tabelle 3.1:

Terminübersicht für die Erstbefragung Stichprobe I

Adressenvorlauf:	01. 08. 2009 – 15. 08. 2009
Adressenprüfung und Ziehung der Einsatzstichprobe (inkl. Onomastikdurchlauf):	16. 08. 2009 – 28. 08. 2009
Feldbeginn Tranche 1:	07. 09. 2009
Stichprobenziehung Tranche 2:	20. 10. 2009 – 22. 10.2009
Feldbeginn Tranche 2:	30. 10. 2009
Beginn Nachbearbeitung Tranche 1:	01. 11.2009
Feldende:	31. 01. 2010
Datenaufbereitung und -prüfung:	30 11. 2009 – 28. 02. 2010

3.2 Erhebungsmodus, -instrumente und Feldunterlagen

Wie bereits bei der Aufstockungstichprobe H (2006) und analog zu den künftigen Aufwüchsen 2011 ff. erfolgte die Erstwellenbefragung des Innovationssamples ausschließlich mit dem Erhebungsmodus CAPI (Computer Assisted Personal Interview). Da es sich um bisher noch nicht befragte Haushalte handelte, wurden nur der Haushaltsfragebogen und der Personenfragebogen eingesetzt. Diese lagen bereits weitestgehend als CAPI-Programm vor, da die Erhebungsinstrumente der SOEP-Haupterhebung 2009 (Stichproben A – H) übernommen wurden. Modifikationen erfolgten nur insofern, als bestimmte Basisinformationen, die in der Längsschnittbefragung aus früheren Befragungswellen vorhanden sind, in der Erstbefragung zusätzlich erhoben wurden (Wohnsituation und Wohnumfeld im Haushaltsfragebogen, Schulabschluss und berufliche Ausbildung im Personenfragebogen). Die Erhebungsinstrumente können dem Anlagenband zum Methodenbericht für das SOEP 2009 entnommen werden.

Da Erstbefragungen generell – und Methodenstudien im Besonderen – eigene Anforderungen an die Gestaltung der Befragten- und Interviewerunterlagen stellen, unterscheiden sich die begleitenden Materialien von denen der Wiederholungsbefragungen der Stichproben A - H. Sämtliche Unterlagen mussten somit neu erstellt werden. Folgende Feldunterlagen und Materialien wurden eingesetzt:

- Interviewerunterlagen:
 - Anleitung zur Adressauflistung
 - Papierbogen zur Erfassung der Adressen im Adressvorlauf
 - CAPI-Erfassungsmaske zum Übertrag der erfassten Adressen aus dem Adressvorlauf
 - Adressprotokoll für jeden Befragungshaushalt inkl. Erhebung erweiterter Wohnumfeld-daten auf der letzten Seite
 - Listenhefte (jeweils für den Haushalts- und den Personenfragebogen)
 - Interviewerhandbuch
 - Intervieweranleitung
- Befragtenunterlagen:
 - Anschreiben (in vier Versionen gemäß den Incentivierungs-Splits; vgl. **Anhang A.1**)
 - Broschüre (ebenfalls in vier Versionen; vgl. **Anhang A.2**)

3.3 Interviewereinsatz

Die Befragungen im SOEP erfolgen durch Infratest-Interviewer, die in der Befragungsregion des jeweiligen Panelhaushalts leben. Bei den Längsschnittbefragungen der Altstichproben A - H spielt ergänzend die zentrale Bearbeitung von Panelhaushalten eine erhebliche Rolle, die über telefonische Kontaktinterviews und schriftlich-postalische Befragung erfolgt (vgl. Methodenbericht 2009). Bei einer Erstbefragung neuer Panelhaushalte ist jedoch der persönliche Interviewereinsatz unverzichtbar.

Wie bereits bei der Erstbefragung der Stichprobe H, wurde bei der Stichprobe I die CAPI-Technik (CAPI = Computer Assisted Personal Interview) nicht im Rahmen eines flexiblen Mixed-Mode-Ansatzes, sondern obligatorisch bei allen Interviews eingesetzt. Die Erhebungsinstrumente wurden überhaupt nicht als Papierfragebogen ausgeliefert, sondern nur als CAPI-Programm. Dies beinhaltet den Zwang, in einem Mehr-Personen-Haushalt das Interview mit jedem einzelnen Haushaltsmitglied wirklich als persönliches Interview durchzuführen (während im Mixed-mode-Ansatz für einzelne Haushaltsmitglieder ein Fragebogen hinterlassen werden kann).

Die Beschränkung auf die Methode der CAPI-Interviews hat zudem Auswirkungen auf die Auswahl der Interviewer, die in dem Projekt eingesetzt werden. Sie bedeutet, dass viele erfahrene ältere SOEP-Interviewer (die nicht mit Laptop arbeiten) nicht eingesetzt werden können.

Unter den 247 eingesetzten Interviewern waren 102 Interviewer, die bereits SOEP-Befragungen durchgeführt haben (vgl. **Tabelle 3.2**), einige bereits seit vielen Jahren. 146 der eingesetzten Interviewer hatten zuvor keine SOEP-Erfahrung. Diese waren zwar alle in Face-to-face-Bevölkerungsumfragen geschult und erfahren, aber nicht mit den spezifischen Anforderungen des SOEP vertraut. Die projektspezifische Einarbeitung, und hier vor allem die Erläuterung der unterschiedlichen Incentivierungsarten, erfolgte anhand des umfangreichen Interviewerhandbuchs „Leben in Deutschland: Interviewer-Handbuch SOEP Methodenstudie“ und einer Hotline zu Projektmitarbeitern bei TNS Infratest.⁹

Tabelle 3.2:
Interviewereinsatz in Stichprobe I

Insgesamt eingesetzte Interviewer	247	
darunter:		
- SOEP-erfahrene Interviewer	102	(41,3%)
- Interviewer ohne SOEP-Erfahrung	146	(59,1%)

⁹ Der hohe Anteil an Interviewern ohne bisherige SOEP-Erfahrung war bei der Stichprobe I durchaus erwünscht, da von Zeit zu Zeit eine Auffrischung des SOEP-Interviewerstabes, also ein gezieltes Heranführen „neuer“ Interviewer an SOEP-Erhebungen, um den Stab einerseits zu vergrößern und andererseits zu verjüngen, vonnöten ist. Dadurch wurde allerdings eine etwas schlechtere Ausschöpfung in Kauf genommen. Interviewer ohne SOEP-Erfahrung habe um vier Prozentpunkte weniger Interviews realisiert als Interviewer mit SOEP-Erfahrung.

4. Ergebnisse der Feldarbeit

4.1 Stichprobenausschöpfung auf Haushalts- und Personenebene

Haushaltsebene

Das Stichprobenbrutto besteht aus 5.000 Befragungshaushalten. Zur Berechnung der Response Rate werden zunächst 221 qualitätsneutrale Ausfälle (QNA) abgezogen,¹⁰ das entspricht einem Anteil von 4,4 % des Feldeinsatzbruttos. Das bereinigte Brutto beträgt somit 4.779 Haushalte. Von diesen konnten 1.531 zur Teilnahme an der Befragung gewonnen werden. Das entspricht einer Stichprobenausschöpfung von 32,0 %. Damit ist diese im Vergleich zu früheren Erstbefragungen im Sozio-ökonomischen Panel erneut zurückgegangen (vgl. **Tabelle 4.1**).

Tabelle 4.1:

Entwicklung der Stichprobenausschöpfung bei SOEP-Erstbefragungen

	Stichprobenausschöpfung
Stichprobe F im Jahr 2000	51,0%
Stichprobe H im Jahr 2006	40,2%
Stichprobe I im Jahr 2009	32,0%

Ein Blick auf die Verteilung der Ausfälle zeigt, dass 57 % der angesprochenen Haushalte die Teilnahme an der Befragung verweigert haben oder dazu aus gesundheitlichen, geistigen oder sprachlichen Gründen nicht in der Lage waren. 11 % der Haushalte wurden vom Interviewer nie angetroffen – dies trotz teilweise erheblicher Kontaktbemühungen (vgl. **Tabelle 4.2**). Wie der Vergleich mit Stichprobe H zeigt, ist der Rückgang der Stichprobenausschöpfung fast ausschließlich auf einen gestiegenen Anteil von Verweigerungen zurückzuführen.

Die getrennte Auswertung der Response Rate nach Incentivierungs-Splits zeigt, dass mit den beiden Varianten der Cash-Incentivierung eine etwas höhere Ausschöpfung erzielt werden konnte als mit der Choice-Variante und der klassischen SOEP-Los-Incentivierung (**Tabelle 4.3**). Interessanterweise unterscheidet sich die Ausschöpfung bei „Low cash“ und „High cash“ nur unwesentlich, was vermutlich dem geringen Unterschied in der Incentivierungshöhe geschuldet ist. Es ist jedoch zu erwarten, dass bei einer Erhöhung des Unterschiedes zwischen den Varianten, also einer Anhebung des Geldbetrages bei der „High-cash“-Variante, eine signifikant höhere Ausschöpfung bei dieser Gruppe erzielt werden würde.

¹⁰ Bei den qualitätsneutralen Ausfällen handelt es sich überwiegend um Adressen, die nicht zur Zielgruppe gehören, also kein Privathaushalt sind. Da es sich bei der vorliegenden Stichprobe um eine Erstbefragung handelt, wurden auch Verstorbene zu den QNA gezählt.

Tabelle 4.2:

Verteilung der Ausfälle der Stichproben H und I auf Haushaltsebene im Vergleich

	Stichprobe H		Stichprobe I	
	Abs.	in %	Abs.	in %
Bereinigtes Brutto (ohne QNA) ¹	3.750	100,0	4.779	100,0
Haushalt nicht angetroffen	485	12,9	525	11,0
Teilnahme nicht möglich (gesundheitlich oder geistig nicht in der Lage; Sprachprobleme)	172	4,6	192	4,0
Teilnahme verweigert	1.487	39,7	2.531	53,0
Vom Interviewer nicht korrekt durchgeführt	3	0,0		
Ohne Ergebnis zurück/nicht bearbeitet	97	2,6		
Summe der Ausfälle	2.244	59,8	3.248	68,0
Interviews	1.506	40,2	1.531	32,0

Anmerkung:

- 1 In der Stichprobe I waren 221 Adressen als QNA zu werten (inklusive Verstorbene), das ist ein QNA-Anteil von 4,4 %. Die Auswertung basiert auf dem bereinigten Brutto von 4.779 Fällen.

Tabelle 4.3:

Verteilung der Ausfälle und Interviews nach Incentive-Splits

	Incentivierungsart			
	Low cash (5+5 €)		High Cash (5+10 €)	
	Abs.	in %	Abs.	in %
Bereinigtes Brutto (ohne QNA u. Verstorbene)	1.202	100,0	1.187	100,0
Haushalt nicht angetroffen	120	10,0	122	10,3
Teilnahme nicht möglich (gesundheitlich oder geistig nicht in der Lage; Sprachprobleme)	54	4,5	48	4,0
Teilnahme verweigert	623	51,8	621	52,3
Summe der Ausfälle	797	66,3	791	66,6
Interviews	405	33,7	396	33,4

	Incentivierungsart			
	Choice (Los vs. 5+5 €)		SOEP Classic (Los)	
	Abs.	in %	Abs.	in %
Bereinigtes Brutto (ohne QNA u. Verstorbene)	1.201	100,0	1.189	100,0
Haushalt nicht angetroffen	146	12,2	137	11,5
Teilnahme nicht möglich (gesundheitlich oder geistig nicht in der Lage; Sprachprobleme)	44	3,7	46	3,9
Teilnahme verweigert	634	52,8	653	54,9
Summe der Ausfälle	824	68,6	836	70,3
Interviews	377	31,4	353	29,7

Bei der dritten Incentivierungsvariante „Choice“, also der Wahlentscheidung zwischen einem Bargeldbetrag (5 € für das Haushaltsinterview; 5 € für jedes Personeninterview) und einem Los für jedes Interview, zeigt sich, dass von den 377 in diesem Incentivierungs-Split realisierten Haushalten 52,5 % das Bargeld und 47,5 % das Los gewählt haben (vgl. **Tabelle 4.4**). Diese Tendenz in Richtung Bargeld ist bei den Zuwanderer-Haushalten laut Onomastik-Kennzeichen aber deutlich stärker ausgeprägt als bei den deutschen Haushalten.

Tabelle 4.4:

Wahlentscheidung bei der Incentivierungsvariante „Choice“ nach Onomastik-Kennzeichen

Wahlentscheidung	Onomastik-Kennzeichen				Gesamt	
	D-Adresse		Z-Adresse			
	Abs.	in %	Abs.	in %	Abs.	in %
Bargeld	160	51,4	38	57,6	198	52,5
Los	151	48,6	28	42,4	179	47,5
Gesamt	311	100,0	66	100,0	377	100,0

Wie aus **Tabelle 4.5** ersichtlich wird, unterscheidet sich die Stichprobenausschöpfung hinsichtlich der Teilpopulationen D- und Z-Adressen deutlich: Die Ausschöpfung ist bei den D-Haushalten um 10 Prozentpunkte höher als bei den Z-Haushalten. Das ist aber nur zu einem geringen Teil einer höheren Verweigerungsrate bei den Z-Haushalten geschuldet. Der Anteil an Haushalten, bei denen der Interviewer oder die Interviewerin die Ausfallgründe „Haushalt nicht angetroffen“ oder „Teilnahme nicht möglich“ angegeben hat, ist bei den Z-Adressen deutlich höher als bei den D-Adressen. Der höhere Anteil am Ausfallgrund „Teilnahme nicht möglich“ ist angesichts der Teilpopulation mit Zuwandererhaushalten überwiegend auf Sprachprobleme zurückzuführen. Ob Z-Haushalte tatsächlich schwerer zu erreichen sind als D-Haushalte oder ob sich hier zu einem gewissen Teil eine schlechtere Bearbeitung durch die Interviewer abzeichnet, sei es aufgrund von „Kontaktscheue“ (z. B. aufgrund von Vorbehalten, teilweise schlechterer Wohngegend etc.) oder einem bewussten Kaschieren schlechter „Rekrutierungsquoten von Befragten“, kann nicht abschließend beantwortet werden.

Tabelle 4.5:

Verteilung der Ausfälle und Interviews nach Onomastik-Kennzeichen

	Onomastik-Kennzeichen			
	D-Adresse		Z-Adresse	
	Abs.	in %	Abs.	in %
Bereinigtes Brutto (ohne QNA u. Verstorbene)	3.814	100,0	965	100,0
Haushalt nicht angetroffen	378	9,9	147	15,2
Teilnahme nicht möglich (gesundheitlich oder geistig nicht in der Lage; Sprachprobleme)	129	3,4	63	6,5
Teilnahme verweigert	2.008	52,6	523	54,2
Summe der Ausfälle	2.515	65,9	733	76,0
Interviews	1.299	34,1	232	24,0

Personenebene

Die Bruttostichprobe auf Personenebene umfasst alle Personen im Befragungsalter, die in den teilnehmenden Haushalten leben. Die Nettostichprobe umfasst alle Personen, von denen ein auswertbarer PERSONEN-Fragebogen vorliegt.

In den 1.531 teilnehmenden Haushalten leben insgesamt 3.538 Personen, von denen 633 Kinder bzw. Jugendliche noch nicht im Befragungsalter sind. Das „Personenbrutto“, das bei Erstbefragungen nicht wie auf Haushaltsebene bereits vor der Befragung feststeht, sondern erst während der Feldphase durch die Ermittlung der Haushaltszusammensetzung definiert wird, besteht somit aus 2.905 Personen (**Tabelle 4.6**). Die Summe der Ausfälle beträgt 396 Fälle, es konnten also 2.509 Personeninterviews realisiert werden, das sind 86,4 % aller Personen im Befragungsalter. Damit zeichnet sich erneut ein bereits in der Vergangenheit auffälliger Trend ab: Während die Response Rate auf Haushaltsebene weiterhin rückläufig ist, ist die Teilnahmebereitschaft auf Personenebene in teilnehmenden Haushalten nach wie vor sehr hoch.

Tabelle 4.6:

Verteilung der Ausfälle der Stichproben H und I auf Personenebene im Vergleich

	Stichprobe H		Stichprobe I	
	Abs.	in %	Abs.	in %
Teilnehmerhaushalte	1.506		1.531	
In diesen Haushalten leben...				
Personen insgesamt	3.407		3.538	
Darunter Kinder und Jugendliche unter 17 Jahren	623		633	
Befragungspersonen (=Brutto)	2.784	100,0	2.905	100,0
Darunter:				
Nie angetroffen	22	0,8	22	0,8
Zur Teilnahme nicht i. d. Lage, alt/krank	22	0,8	53	1,8
Zur Teilnahme nicht bereit oder Interview nicht durchführbar	124	4,4	321	11,0
Summe Ausfälle	168	6,0	396	13,6
Interviews	2.616	94,0	2.509	86,4

Tabelle 4.7 zeigt das Bearbeitungsergebnis auf Personenebene nach Splitgruppen und Onomastikkennzeichen. Wie schon auf Haushaltsebene wurde in der Teilpopulation mit der klassischen SOEP-Los-Incentivierung die geringste Ausschöpfung erzielt. Im Unterschied zur Haushaltsebene zeigt sich allerdings der Einfluss der Höhe einer Bargeld-Incentivierung auf die Ausschöpfungsrate: Die Variante „High cash“, die im Gegensatz zu den anderen Incentivierungsvarianten das Personeninterview höher vergütet als das Haushaltsinterview, schöpft deutlich besser aus als die Varianten „Low cash“ und „Choice“.

Hinsichtlich des Onomastikkennzeichens ist auffällig, dass die noch auf Haushaltsebene zu beobachtende deutlich höhere Ausschöpfung der „deutschen Haushalte“ auf Personenebene nicht mehr auftritt. Das liegt darin begründet, dass bereits auf Haushaltsebene weniger eine höhere Verweigerungsrate der „Zuwanderer-Haushalte“ ursächlich war, sondern die geringere Erreichbarkeit der Haushalte (vgl. Kapitel 4.1.1). Ist der Haushalt erst einmal kontaktiert und befragungsbereit, unterscheiden sich die Teilnahmequoten der Personen nicht mehr nach Onomastikkennzeichen.

Tabelle 4.7:

Bearbeitungsergebnis auf Personenebene nach Incentivierungs-Splits und Onomastikkennzeichen (alle Angaben in Prozent)

	Incentivierungs-Split			Onomastikkennzeichen			Gesamt
	5+5 €	5+10 €	Los vs. 5+5 €	Los	D-Adresse	Z-Adresse	
Interview	85,8	88,4	85,9	82,9	85,6	85,2	86,4
Ausfall	14,2	11,6	14,1 %	17,1	14,4	14,8	13,6

Partial unit non response

Von den 1.531 Befragungshaushalten wurden 1.214 Haushalte vollständig realisiert, d. h. alle Personen im Befragungsalter, die im Haushalt leben, haben einen Personenfragebogen ausgefüllt. Der Anteil nur teilweise realisierter Haushalte, also die *partial unit non response rate*, beträgt somit 20,7 %. Aussagekräftig ist dieser Wert allerdings erst dann, wenn man die Anzahl an Einpersonenhaushalten herausrechnet. Bereinigt um diese Haushalte beträgt die *partial unit non response rate* 28,5 % (vgl. **Tabelle 4.8**).

Tabelle 4.8:

Partial unit non response

	Alle Haushalte		Haushalte mit min. 2 Pers. im Befragungsalter	
	Abs.	in %	Abs.	in %
Realisierte Haushalte	1.531	100,0	1.114	100,0
Vollständig realisierte Haushalte	1.214	79,3	797	71,5
Teilweise realisierte Haushalte	317	20,7	317	28,5

Tabelle 4.9 weist die *partial unit non response rates* für Haushalte mit mindestens zwei Personen im Befragungsalter nach Incentivierungssplit und Onomastikkennzeichen aus. Hier wird nochmals besonders deutlich, dass bei ausschließlicher Incentivierung durch Lose die geringste Ausschöpfung erzielt wird. Der Einsatz von Bargeld scheint das besser geeignete Mittel zu sein, um möglichst alle Personen im Haushalt dazu zu bewegen, an der Befragung teilzunehmen.

Tabelle 4.9:

Bereinigter partial unit non response nach Incentivierungs-Splits und Onomastik-Kennzeichen (alle Angaben in Prozent)

	Incentivierungs-Split				Onomastikkennzeichen		Gesamt
	5+5 €	5+10 €	Los vs. 5+5 €	Los	D-Adresse	Z-Adresse	
Vollständig realisierte HH	74,2	72,6	72,1	66,9	71,4	72,4	71,5
Teilweise realisierte HH	25,8	27,4	27,9	33,1	28,6	27,6	28,5

Fazit

Der seit einigen Jahren zu beobachtende Trend, dass insbesondere bei Erstbefragungen die Response Rate rückläufig ist, hat sich auch beim Innovationssample 2009 bestätigt. Die Ursachen für rückläufige Response Rates sind komplex und überwiegend in studienübergreifenden Mechanismen zu verorten. Dies bedeutet andererseits nicht, dass nicht konkrete Fragen des Studiendesigns Auswirkungen auf die Ausschöpfung haben. Als tendenziell senkend auf die Response Rate des Innovationssamples können unter anderem Feldzeit und -länge als mögliche Einflussfaktoren genannt werden. Hinzu kam zweitens, dass das Incentivierungs-Split-Design und der „Onomastik-Boosts“ an die Interviewer besonders hohe Anforderungen definierte, ohne dass eine persönlich-mündliche Schulung der Interviewer erfolgte.

Die Ergebnisse des Incentivierungsexperiments im Rahmen der Erstbefragung des Innovationssamples haben gezeigt, dass die Unterschiede in der Ausschöpfung zwischen Bargeld- und Los-Incentivierung signifikant sind, auch wenn die Differenzen sich innerhalb von 5 %-Punkten bewegen. Dabei ist zu bedenken, dass die gewählte Höhe der Cash-Incentivierungen für beide Varianten relativ eng beieinander lag. Wie der Unterschied zwischen den Incentivierungs-Splits auch zeigt, ist das Konzept der statistischen Signifikanz für die künftige Ausrichtung der Incentivierungsstrategie nur bedingt hilfreich: sämtliche der gewählten Incentivierungsformen und -arten bewegen sich innerhalb eines eher engen Korridors, ein Anknüpfen an Response Rates, wie sie beispielsweise noch vor zehn Jahren im Rahmen der Erstbefragung der Stichprobe F erzielt werden konnten, lag deutlich außerhalb des Erreichbaren.

Bei der Ausschöpfung auf Personenebene hat sich ebenfalls wie auf Haushaltsebene gezeigt, dass sich Bargeld positiv auf die Teilnahmebereitschaft auswirkt, hier gemessen als Reduktion von *partial unit non response*. Allerdings zeigt sich im Gegensatz zur Haushaltsebene, dass die High-cash-Variante mit 10 € für jedes Personeninterview vergleichsweise besser abschnitt als die Low-cash-Variante. Bereits an dieser Stelle wird – ohne elaborierte, multivariate statistische Verfahren – deutlich, dass eine einfache und robuste Schlussfolgerung zugunsten der „Low-cash-Variante“ nicht die angemessene Inferenz aus dem Incentivierungsexperiment ist.

4.2 Stichprobenausschöpfung nach regionalen Merkmalen

Tabelle 4.10 zeigt die Struktur der Teilnehmer und Nichtteilnehmer nach regionalen Merkmalen. Zudem werden die jeweilige Response Rate sowie die Differenz zwischen erwarteter und realisierter Anzahl an Haushalten ausgewiesen.

Tabelle 4.10:

Stichprobenausschöpfung nach Regionen und Gemeindegröße

	Inter-views	Aus-fälle	QNA	Gesamt	Ber. Brutto	Aus-schöp-fung %	Diff. realisiert-erwartet	Anteil QNA %
Ost/West								
West	1.226	2.677	177	4.080	3.903	31,4	-24	4,3
Ost	305	571	44	920	876	34,8	24	4,8
Gesamt	1.531	3.248	221	5.000	4.779	32,0	0	4,4
Polit. Gemeinde-größeklasse (in 1000 Einw.)								
7 (500 u.m.)	248	649	43	940	897	27,6	-39	4,6
6 (100- <500)	210	570	38	818	780	26,9	-40	4,6
5 (50- <100)	96	200	6	302	296	32,4	1	2,0
4 (20- <50)	325	717	38	1.080	1.042	31,2	-9	3,5
3 (5-<20)	459	774	68	1.301	1.233	37,2	64	5,2
2 (2-<5)	122	221	16	359	343	35,6	12	4,5
1 (<2)	71	117	12	200	188	37,8	11	6,0
Gesamt	1.531	3.248	221	5.000	4.779	32,0	0	4,4
BIK								
0 (>500 Kern)	362	940	57	1.359	1.302	27,8	-55	4,2
1 (>500 Rand)	122	278	20	420	400	30,5	-6	4,8
2 (100-<500 K)	227	575	38	840	802	28,3	-30	4,5
3 (100-<500 R)	257	414	30	701	671	38,3	42	4,3
4 (50-<100 K)	32	86	3	121	118	27,1	-6	2,5
5 (50-<100 R)	121	248	11	380	369	32,8	3	2,9
6 (20-<50)	199	317	24	540	516	38,6	34	4,4
7 (5-<20)	130	244	26	400	374	34,8	10	6,5
8 (2-<5)	40	95	4	139	135	29,6	-3	2,9
9 (<2)	41	51	8	100	92	44,6	12	8,0
Gesamt	1.531	3.248	221	5.000	4.779	32,0	0	4,4

4.3 Güte des onomastischen Verfahrens

Das onomastische Verfahren wurde eingesetzt, um eine gezielte Überrepräsentation von Zuwanderer-Haushalten, also Haushalten, in denen mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit mindestens eine Person einen Migrationshintergrund aufweist, zu ermöglichen. Dies wiederum diene dem Ziel, in der realisierten Nettostichprobe eine ausreichende Fallzahl an Ausländern und Personen mit Migrationshintergrund zu erhalten, um aussagekräftige Rückschlüsse über diese Bevölkerungsgruppen ziehen zu können.

Nun gilt es einerseits zu prüfen, ob in der Nettostichprobe ausreichend Haushalte bzw. Personen mit Migrationshintergrund enthalten sind, und andererseits, ob dies, falls zutreffend, durch eine hohe Treffergenauigkeit des onomastischen Verfahrens oder zufällig zustande gekommen ist. Beides ist aus mehreren Gründen nicht auf den ersten Blick ersichtlich, da das onomastische Verfahren auf Haushaltsebene Sprachräume zuweist. Variablen aus der Befragung, anhand derer ein tatsächlicher Migrationshintergrund festgestellt werden kann, messen allerdings auf Personenebene. Den verglichenen Konstrukten liegen somit unterschiedliche Definitionen und unterschiedliche Herkunftsebenen zugrunde: Informationen auf Haushaltsebene und Informationen auf Personenebene sowie sprachwissenschaftliche Kategorien und Befragungsdaten.

Um dennoch Aussagen über die Güte des Verfahrens treffen zu können, muss zum einen ein Transfer von Informationen von der Haushalts- auf die Personenebene (und umgekehrt) stattfinden und zum anderen muss definiert werden, welche Variablen aus dem Personenfragebogen als Kennzeichen für den Migrationshintergrund herangezogen werden. Hierfür sollen zunächst einige Annahmen und Definitionen erläutert werden:

- Wenn im Folgenden von „Zuwanderer laut Personenfragebogen“ oder „Migrationshintergrund einer Person“ die Rede ist, ist darunter zu verstehen:
 - die eigene Muttersprache und die Muttersprache beider Eltern ist nicht deutsch (pmusp1=2), oder
 - es ist keine deutsche Staatsangehörigkeit vorhanden (psta1=2) oder
 - es ist eine zweite Staatsangehörigkeit vorhanden (psta2=1) oder
 - die deutsche Staatsangehörigkeit wurde erst nach der Geburt erworben (psta3=2) oder
 - die Person ist nicht in Deutschland geboren (pnat01=2)
- „Ausländer“ bedeutet: es liegt keine deutsche Staatsbürgerschaft laut Personenfragebogen vor (psta1=2)

Zuwanderer- und Ausländeranteil in der Stichprobe

Anhand **Tabelle 4.11** werden die Anzahl und der Anteil an Zuwanderern und Ausländern in der Nettostichprobe ersichtlich:

- Laut Onomastikkennzeichen lebt in 15,2 % der Haushalte mindestens eine Person mit vermutetem Migrationshintergrund. Übertragen auf die Personenebene bedeutet das, dass 16,3 % der befragten Personen in diesen Haushalten leben.
- Laut den Angaben aus dem Personenfragebogen sind 15,6 % gemäß der obigen Definition Zuwanderer. Diese verteilen sich auf 17 % der Haushalte.
- Der Ausländeranteil in der realisierten Personenstichprobe beträgt 6,5 %. Diese verteilen sich auf 8,4 % der Haushalte.

Tabelle 4.11:

Anzahl und Anteil an Zuwanderern und Ausländern laut Onomastik und Fragebogen auf Haushalts- und Personenebene in der Nettostichprobe

	Haushaltsebene		Personenebene	
	Abs.	%	Abs.	%
Zuwanderer laut Onomastik ¹	232	15,2	409	16,3
Zuwanderer laut Personenfragebogen ²	260	17,0	392	15,6
Ausländer laut Personenfragebogen ²	128	8,4	163	6,5

Anmerkungen:

- 1 Information liegt ursprünglich auf Haushaltsebene vor
- 2 Information liegt ursprünglich auf Personenebene vor

Tabelle 4.12 vergleicht den realisierten Ausländer-Anteil sowie den Anteil an Personen mit Migrationshintergrund der Stichprobe I mit den Anteilen der letzten beiden Aufstockungsstichproben F (2000) und H (2006). Hinzu kommen die tatsächlichen Anteile in der Bevölkerung Deutschlands laut Mikrozensus 2009.

Zunächst der Vergleich mit Stichprobe F: Bei dieser Stichprobe erfolgte zum ersten Mal in der Geschichte des SOEP ein Oversampling von nicht-deutschen Haushalten, allerdings in Form eines verlängerten Begehungsweges bei der Adressauflistung, bei dem die Interviewer an der Haustür eruierten, ob es sich um Haushalte mit Zuwanderungshintergrund handelte. Beim Kriterium Migrationshintergrund zeigt sich, dass bei der Stichprobe I etwa 2 Prozentpunkte mehr Zuwanderer-Haushalte realisiert werden konnten als bei der Stichprobe F. Dieser Unterschied ist jedoch wenig aussagekräftig, da er auch durch die unterschiedliche Abgrenzung des Migrationshintergrundes erklärbar sein könnte (siehe Anmerkung in **Tabelle 4.12**). Belastbarer ist der Vergleich des Ausländeranteils, da hier eine klare Abgrenzung anhand der Staatsbürgerschaft vorliegt. Der Ausländeranteil ist bei beiden Stichproben nahezu identisch und liegt jeweils bei etwas über 6 %. Im Vergleich mit der Stichprobe H, deren Bruttostichprobe durch ein Standard-Random-Verfahren mit getrenntem Adressvorlauf ohne Oversampling bestimmter Teilgruppen gebildet wurde, zeigt sich ein deutlicher Unterschied. Hier beträgt der Ausländeranteil nur gut 3 %. In den beiden Stichproben mit Zuwanderer-Oversampling konnte also

ein ähnliches Resultat erzielt werden. In beiden Fällen ist der Anteil nahezu doppelt so hoch wie ohne Oversampling-Verfahren. Künftig ist aber das im Innovationssample I erprobte Verfahren dem Verfahren in Stichprobe F vorzuziehen, da es statistisch nachvollziehbar mit angebbaren Auswahlwahrscheinlichkeiten der Stichprobenelemente ist.

Im Vergleich zu den Daten aus dem Mikrozensus 2009 liegt die erzielte Ausländerquote etwas zurück. Das ist aber überwiegend darauf zurückzuführen, dass sich der Mikrozensus nicht auf Personen ab 17 Jahren beschränkt und somit der Ausländeranteil durch die ausländischen Kinder erhöht wird. Die Repräsentation von Ausländern und Personen mit Migrationshintergrund im Innovationssample I ist also ausreichend gewährleistet und die statistische Power im Vergleich zu Erstwellenbefragungen ohne Oversampling deutlich erhöht.

Tabelle 4.12:

Anteil an Personen mit Migrationshintergrund und Ausländern in den Stichproben F, H und I im Vergleich zum Anteil an der Gesamtbevölkerung

	Stichprobe			Bevölkerung ¹
	F (2000) ²	H (2006) ²	I (2009)	
Migrationshintergrund	13,4 %	7,8 %	15,6 %	19,6 %
Ausländer	6,4 %	3,4 %	6,5 %	8,8 %

Anmerkungen:

- 1 Stand Mikrozensus 2009. Zur definitorischen Abgrenzung von „Migrationshintergrund“ des Statistischen Bundesamtes siehe: Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2009; Fachserie 1 Reihe 2.2; Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2010.
- 2 Die Abgrenzung von „Migrationshintergrund“ bei den Stichproben F und I weicht etwas von der der Stichprobe I ab, da in den Jahren 2000 und 2006 die Variable pmusp1 (eigene Muttersprache und die beider Eltern deutsch/nicht deutsch) nicht erhoben wurde. Alle weiteren Variablen der obigen Definition wurden mit einbezogen.

Treffergenauigkeit des onomastischen Verfahrens

Ziel des onomastischen Verfahrens war die adäquate Repräsentation von Ausländern und Personen mit Migrationshintergrund in der realisierten Nettostichprobe. Wie im vorigen Abschnitt erläutert, liegen die realisierten Anteile zwar etwas hinter dem tatsächlichen Anteil in der Bevölkerung laut Mikrozensus zurück. Dennoch kann mit einem Ausländeranteil von knapp 7 % und einem Anteil an Personen mit Zuwanderungshintergrund von knapp 16 Prozent von einer ausreichenden Zielerreichung gesprochen werden. Nun gilt es zu prüfen, inwiefern diese Ergebnisse durch den Einsatz des onomastischen Verfahrens erklärbar sind oder ob sie auch ohne das Verfahren erzielt worden wären.

Die hier verwendete Definition von Migrationshintergrund ist relativ weit gefasst. Da auch das onomastische Verfahren in einem weiten Sinne den Zuwanderungshintergrund erfasst, wird dessen Güte bzw. Treffergenauigkeit zunächst am Migrationshintergrund laut Personenfragebogen gemessen.

Tabelle 4.13 vergleicht auf Netto-Ebene, wie viele der durch die Onomastik gekennzeichneten „deutschen bzw. Zuwanderer-Haushalte“ anhand der Personenangaben tatsächlich als solche identifiziert werden konnten. 92,8 % der Haushalte, die laut Onomastik als „deutscher Haushalt“ gekennzeichnet wurden, stellten sich bei der Befragung tatsächlich als Haushalte heraus, in der laut den Angaben im Personenfragebogen keine Person mit Migrationshintergrund lebt. 7,2 % der D-Haushalte (Basis: Onomastik) stellten sich hingegen als Zuwanderer-Haushalte heraus (Basis: Personendaten). Betrachtet man die Zuwanderer-Haushalte laut Onomastik, so wurden diese in 71,6 % der Fälle bestätigt. In 28,4 % der Fälle stellte sich heraus, dass in diesen Haushalten keine Person mit Migrationshintergrund lebt.

Tabelle 4.13:

Vergleich der realisierten Haushalte nach Onomastik-Kennzeichen und tatsächlichem Migrationshintergrund^{1 2}

Angaben laut Personenfragebogen	Kennzeichen laut Onomastik				Gesamt	
	„Deutscher Haushalt“		„Zuwandererhaushalt“		N	%
	N	%	N	%		
„Deutscher Haushalt“	1.205	92,8%	66	28,4%	1.271	83,0%
„Zuwandererhaushalt“	94	7,2%	166	71,6%	260	17,0%
Gesamt	1.299	100,0%	232	100,0%	1.531	100,0%

Anmerkung:

- 1 Prozentuiert auf die Variable „Kennzeichen laut Onomastik“
- 2 Bezugsebene ist die Haushaltsebene

Die Treffergenauigkeit, also die Effizienz des onomastischen Verfahrens, beträgt somit etwas mehr als 70 %, da sich in diesen Fällen die Zuordnung als „Haushalt mit Zuwanderungshintergrund“ als zutreffend erwies. Das ist für sich genommen bereits ein sehr guter Wert. In den meisten Fällen stand nur der Nachname für die Analyse zur Verfügung. Ein mehrfaches Vorkommen bestimmter Familiennamen aufgrund struktureller Verwandtschaft von Sprachen oder Dialekten, aber auch aufgrund zufälliger Übereinstimmung, stellt ein bekanntes Problem der Onomastik dar. Hinzu kommen sehr frühe Wanderungsbewegungen etwa im Mittelalter, die bestimmte Nachnamen über eine große räumliche Distanz verteilten. Auch dass die Staatenbildung nicht an Sprachräume gebunden ist, spielt eine gewisse Rolle. Aus diesen und anderen Gründen erhöht das Vorhandensein eines Vornamens in Kombination mit dem Nachnamen die Trefferwahrscheinlichkeit des onomastischen Verfahrens merklich, auch wenn Vornamen noch weniger an Länder- und Sprachgrenzen gebunden sind als Nachnamen. Vor diesem Hintergrund und angesichts der Tatsache, dass das Verfahren laufend aktualisiert und durch das Einbinden neuer Quellen aus der Onomastik permanent optimiert und dadurch künftig noch genauer wird, sind 70 % Treffergenauigkeit durchaus beachtenswert.

Die Effektivität des Verfahrens ist nochmals höher einzustufen. Das zeigt sich zum Beispiel darin, dass in der Nettostichprobe laut Personenangaben 28 Zuwandererhaushalte mehr enthalten sind als von der Onomastik ausgewiesen. Ursächlich hierfür sind die Verschiebungen zwischen den einzelnen Zellen: Während die 28,4 % der ursprünglichen Z-Adressen, die sich

als deutsche Haushalte herausstellten, absolut nur 66 Haushalte umfassen, stehen hinter den 7,2 % der ursprünglichen D-Adressen, die durch die Personenangaben als Zuwandererhaushalte kodiert wurden, 94 Haushalte (vgl. **Tabelle 4.13**). Diese 94 Haushalte machen immerhin 36,2 % der Zuwandererhaushalte laut Personenfragebogen aus. Ein Teil der Fehlklassifizierung wird also durch die Verschiebung von D-Haushalten hin zu Zuwandererhaushalten kompensiert. Diese Kompensation ist auch bei künftigem Einsatz des onomastischen Verfahrens zu erwarten. Die Klassifizierung durch die Onomastik basiert auf der Analyse von Klingelschildadressen, also in aller Regel einem Personennamen pro Haushalt. Ist dieser Name deutschen Ursprungs, ist die Wahrscheinlichkeit dennoch relativ hoch, dass eine andere Person im Haushalt einen Zuwanderungshintergrund aufweist. Bei der vorliegenden Studie waren 69 % der 94 Haushalte mit ursprünglich D-Kennzeichen und tatsächlichem Zuwanderungshintergrund Mehrpersonenhaushalte.

Da die gewählte Definition für Migrationshintergrund relativ weit gefasst ist und nur eine mögliche Abgrenzung darstellt, ist die Aussagekraft des Konstrukts „Migrationshintergrund“ als Indikator für die Güte bzw. Treffergenauigkeit des onomastischen Verfahrens limitiert. Daher soll als weiterer Indikator der Ausländeranteil in der Nettostichprobe herangezogen werden. Dieser beträgt in der Personenstichprobe 6,5 % (163 Personen). Diese verteilen sich wiederum auf 128 bzw. 8,4 % der Haushalte. Wie aus **Tabelle 4.14** hervorgeht, waren mehr als 90 % der Haushalte, in denen kein Ausländer lebt, auch mit dem Onomastik-Kennzeichen „deutscher Haushalt“ versehen. Immerhin 80 % der Haushalte mit mindestens einem Ausländer sind Haushalte, die bereits als Zuwandererhaushalt gekennzeichnet waren. Das Verfahren eignet sich somit sehr gut dazu, im Prozess der Stichprobenbildung Haushalte zu bestimmen, in denen mit einer hohen Wahrscheinlichkeit mindestens ein Ausländer lebt. Durch eine gezielte Überrepräsentation von Haushalten mit Z-Kennzeichen in der Bruttostichprobe kann somit eine adäquate Repräsentation von Ausländern in der Nettostichprobe erzielt werden.

Tabelle 4.14:

Vergleich der realisierten Haushalte nach Ausländeranteil und Onomastik-Kennzeichen¹

Kennzeichen laut Onomastik	Angaben laut Personenfragebogen				Gesamt	
	Kein Ausländer im HH		mindestens ein Ausländer im HH		N	%
	N	%	N	%		
„Deutscher Haushalt“	1.273	90,7%	26	20,3%	1.299	84,8%
„Zuwandererhaushalt“	130	9,3%	102	79,7%	232	15,2%
Gesamt	1.403	100,0%	128	100,0%	1.531	100,0%

Anmerkung:

1 Prozentuiert auf die Variable „Angaben laut Personenfragebogen“

2 Bezugsebene ist die Haushaltsebene

Onomastik nach Ländergruppen

Tabelle 4.15 zeigt das Aufkommen und die Anteile einzelner Länder- und Sprachgruppen, wie sie zunächst den Haushalten von der Onomastik zugeordnet wurden (auf Brutto- und Nettoebene) und wie sie tatsächlich in der Personenstichprobe anzutreffen sind. Bei Betrachtung der Onomastikzuweisung zeigt sich, dass die Anteile der meisten Länder- bzw. Sprachgruppen an der Gesamtstichprobe zwischen Brutto und Netto relativ konstant sind. Abgesehen von der aufgrund unterschiedlicher Ausschöpfung generell deutlichen Abweichung in der Brutto-Netto-Relation zwischen als deutsch und nicht-deutsch gekennzeichneten Haushalten (vgl. **Abschnitt 4.1**), gibt es nur bei der Türkei eine größere Abweichung. In der Bruttostichprobe waren 3,8 % der Haushalte durch die Onomastik als „türkischer Haushalt“ klassifiziert. Offenbar wurde in dieser Teilgruppe etwas schlechter ausgeschöpft als bei den anderen Ländergruppen, so dass in der Nettostichprobe nur noch 1,8 % der Haushalte mit türkischer Herkunft aufgeführt sind.

Auf Personenebene wird deutlich, dass von der Struktur her alle wichtigen Nationalitäten in der Nettostichprobe enthalten sind, die Fallzahlen erwartungsgemäß aber bei weitem nicht ausreichen, um einzelne Ländergruppen separat auswerten zu können.

Tabelle 4.15

Anteil der Ländergruppen in der Brutto- und Nettostichprobe laut Onomastik und Personenangaben

	Sprachraum laut Onomastik HH-Brutto ¹		Sprachraum laut Onomastik HH-Netto ¹		Herkunft laut Personen-Netto ²	
	N	%	N	%	N	%
Deutschland	3.993	79,9	1.299	84,8	2.293	91,4
Türkei	189	3,8	28	1,8	42	1,7
ehemaliges Jugoslawien	74	1,5	15	1,0	14	0,6
ehemalige UdSSR	73	1,5	22	1,4	21	0,8
Polen	72	1,4	21	1,4	24	1,0
Italien	70	1,4	17	1,1	20	0,8
Spanien+Portugal	46	0,9	7	0,5	6	0,2
UK	38	0,8	11	0,7	8	0,3
Afrika	26	0,5	10	0,7	8	0,3
Frankreich	23	0,5	6	0,4	9	0,4
Benelux	22	0,4	5	0,3	5	0,2
Griechenland	19	0,4	5	0,3	6	0,2
Österreich	14	0,3	3	0,2	13	0,5
Ungarn	12	0,2	5	0,3	2	0,1
Indien	10	0,2	6	0,4	2	0,1
sonstige Länder	319	6,4	71	4,7	36	1,4
Gesamt	5.000	100,0	1531	100,0	2.509	100,0

Anmerkung:

- 1 Bezugsebene ist die Haushaltsebene; die Zuweisung der Haushalte zu den Nationalitäten erfolgte durch die Onomastik.
- 2 Bezugsebene ist die Personenebene; die Zuweisung der Personen zu den Nationalitäten erfolgte anhand der Angaben im Personenfragebogen (ausländische Staatsangehörigkeit bzw. zweite Staatsangehörigkeit).

4.4. Erweiterte Erhebung von Nonresponse-Informationen

Nonresponse-Informationen sind Informationen, die für Teilnehmer und Nichtteilnehmer („Nonrespondenten“) vorliegen oder gegebenenfalls auch nur für Nichtteilnehmer bzw. Ausfälle erhoben werden. Der Strukturvergleich für Teilnehmer und Nichtteilnehmer kann Hinweise auf eine eventuelle Selektivität des Teilnahmeverhaltens und damit auf mögliche Verzerrungen in der Struktur der Nettostichprobe erbringen. In der Regel sind es aber – wenn überhaupt – nur wenige Merkmale, die für Teilnehmer und Nichtteilnehmer einer Befragung gleichermaßen vorliegen bzw. im Rahmen der Feldarbeit erhoben werden. Nur die Regions- und Wohnumfeldinformationen, die bereits für die Stichprobenziehung herangezogen wurden (Bundesland, Regierungsbezirk, Gemeindegrößenklassen etc.) bzw. nachträglich zugespielt werden (z.B. MICROM-Daten, GPS-Koordinaten) liegen standardmäßig vollständig für die gesamte Bruttostichprobe vor.

Eine weitere Art von Daten, die sowohl für teilnehmende als auch nicht teilnehmende Haushalte erhoben werden können, sind interviewergestützte Informationen zum Wohnumfeld. Für die Erstwellenbefragung der Stichprobe I haben die Interviewer ergänzend zu den im CAPI-Haushaltsbogen standardmäßig erhobenen Wohnumfelddaten erweiterte Informationen zu den einzelnen Haushalten aufgenommen (darunter auch eine Frage zur Kontaktsituation). Die Informationen wurden auf der letzten Seite des Adressenprotokolls erhoben (vgl. **Anhang A.3**). Dabei wurden zum einen Informationen ergänzt, die bisher nur für die realisierten Haushalte vorlagen, und zum anderen neue Fragen aufgenommen, die von den Interviewern für alle Bruttohaushalte auszufüllen waren. Damit ist ein gezielter Vergleich des Wohnumfeldes teilnehmender und nicht teilnehmender Haushalte möglich.

Die ersten fünf Fragen waren für alle Haushalte auszufüllen und erfassten etwaige Sprachprobleme bei der Kontaktaufnahme, den Zustand der Wohnanlage und des Hauses, eventuelle Zugangsprobleme zum Haus sowie das subjektive Empfinden des Interviewers bezüglich der Sicherheit der Wohngegend. Die beiden abschließenden Fragen waren nur für nicht teilnehmende Haushalte auszufüllen und beschreiben die Wohngegend bzw. den Haustyp. Diese Fragen wurden im Haushaltsbogen identisch abgefragt, liegen also sowohl für teilnehmende Haushalte (ausgefüllt von den Befragten) als auch für nicht teilnehmende Haushalte (ausgefüllt von den Interviewern) vor.

Eine dezidierte Darstellung der Ergebnisse kann an dieser Stelle nicht erfolgen. Auf zwei Aspekte soll allerdings kurz eingegangen werden: zum einen auf die K.A.-Anteile der einzelnen Fragen und zum anderen auf die beiden Wohnumfeldfragen, die sowohl im Haushaltsfragebogen als auch auf dem Adressprotokoll erhoben wurden.

Tabelle 4.16 zeigt zunächst die K.A.-Anteile bei den einzelnen Fragen. Aus diesen wird ersichtlich, dass die K.A.-Anteile für nicht teilnehmende Haushalte zwar oberhalb der Niveaus liegen, die gewöhnlich bei Fragen in den SOEP-Erhebungsbögen zu beobachten sind. Allerdings handelt es sich beim Adressenprotokoll um ein gesondertes Erhebungsinstrument. Wie aus **Tabelle 4.16** deutlich wird, liegen für alle Fragen zu Kontaktsituation und Wohnumfeld für 80 % und mehr der nicht teilnehmenden Haushalte die durch das Adressenprotokoll zu erhebenden Angaben vor.

Tabelle 4.16:

K.A.-Anteile der Interviewerangaben zur Kontaktsituation und zum Wohnumfeld auf den Adressprotokollen

Frage	Teilnehmende	Nicht teilnehmende	Gesamt
	Haushalte	Haushalte	
Gab es bei der Kontaktaufnahme Sprachprobleme?	3,6 %	20,3 % ¹	14,6 % ¹
Wie würden Sie allgemein die Wohnanlage beschreiben?	2,6 %	11,6 %	8,9 %
Und wie würden Sie den Zustand des Hauses bewerten?	3,9 %	13,2 %	10,3 %
Gab es besondere Zugangsprobleme zum Haus?	4,2 %	14,9 %	11,7 %
Welches Gefühl hatten Sie hier in der Wohnanlage?	3,8 %	14,0 %	10,9 %
Wie würden Sie die Wohngegend hier beschreiben?	-	10,0 %	10,0 %
Um welchen Haustyp handelt es sich?	-	12,3 %	12,3 %

Anmerkung:

- 1 Bei Frage 1 (Sprachprobleme) wurden 512 Haushalte bei der Berechnung der K.A.-Anteile von der Basis abgezogen, da diese während der Feldzeit nicht erreicht werden konnten (hergs25) und somit der Interviewer keine Aussage treffen konnte.

Die **Tabellen 4.17a** und **4.17b** stellen jeweils die Interviewerangaben zu den nicht teilnehmenden Haushalten (erhoben auf dem Adressprotokoll) und die Angaben der Befragten (Erhoben im Haushaltsfragebogen) gegenüber, und zwar hinsichtlich der Wohngegend (**Tabelle 4.17a**) und des Haustyps (**Tabelle 4.17b**). Es zeigt sich, dass hinsichtlich der Wohngegend keine nennenswerte Unterschiede zwischen teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalten bestehen. Im Einklang mit bekannten Non-Response-Tendenzen, die auf den sozialstrukturellen Hintergrund, Wohngegend und sonstige relevante Proxy-Merkmale hinweisen, ist der Anteil von Haushalten, die in freistehenden Ein-/Zweifamilienhäusern wohnen bei teilnehmenden Haushalten höher als bei Ausfällen, während umgekehrt, bei nicht teilnehmenden Haushalten der Anteil derjenigen, die in Wohn- und Hochhäusern mit mindestens fünf Wohnungen leben, größer ist als in der realisierten Nettostichprobe.

Tabelle 4.17a:

Beschreibung der Wohngegend von teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalten¹

Beschreibung der Wohngegend	Befragtenangaben teilnehmender HH	Interviewerangaben zu nicht teilnehmenden HH
Reines Wohngebiet mit überw. Altbauten	49,2 %	46,7 %
Reines Wohngebiet mit überw. Neubauten	29,3 %	28,8 %
Mischgebiet mit Wohnungen u. Geschäften/ Gewerbe	20,5 %	24,0 %
Geschäftszentrum mit wenig Wohnungen	0,3 %	0,3 %
Gewerbe- und Industriegebiet mit wenig Wohnungen	0,7 %	0,1 %
Gesamt	100,0 %	100,0 %

Anmerkung:

- 1 Die K.A.-Anteile wurden bei beiden Befragtengruppen von der Berechnungsbasis abgezogen, um eine bessere Vergleichbarkeit der Angaben zu gewährleisten.

Tabelle 4.17b:

Beschreibung des Haustyps von teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalten¹

Beschreibung des Haustyps	Befragtenangaben teilnehmender Haushalte	Interviewerangaben zu nicht teilnehmenden Haushalten
Landwirtschaftliches Wohngebäude	3,6 %	1,8 %
Freistehendes Ein-/Zweifamilienhaus	35,7 %	26,8 %
Ein-/Zweifamilienhaus als Reihenhaus/Doppelhaus	13,2 %	12,5 %
Wohnhaus mit 3-4 Wohnungen	10,2 %	11,0 %
Wohnhaus mit 5-8 Wohnungen	20,4 %	25,9 %
Wohnhaus mit 9 und mehr Wohnungen, kein Hochhaus	15,8 %	18,9 %
Hochhaus 9 und mehr Stockwerke, Wohnungen unbegrenzt	1,2 %	3,1 %
Gesamt	100,0 %	100 %

Anmerkung:

- 1 Die K.A.-Anteile wurden bei beiden Befragtengruppen von der Berechnungsbasis abgezogen, um eine bessere Vergleichbarkeit der Angaben zu gewährleisten.

5. Non-response-Nacherhebung

In Deutschland nimmt die Bereitschaft, an Umfragen teilzunehmen, seit vielen Jahren ab. Je stärker sich dieser Trend durchsetzt, desto größer ist – trotz verstärkter Incentivierung – derjenige Bevölkerungsanteil, über den im Rahmen einer Erhebung keine oder nur sehr wenige Informationen vorliegen. Je größer die Gruppe der nicht befragungsbereiten Zielhaushalte beziehungsweise -personen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Gruppe der Non-respondents bezüglich surveyrelevanter, inhaltlicher Merkmale signifikant von den Teilnehmern der Untersuchung unterscheidet. Vor diesem Hintergrund wurde mittels einer schriftlichen Kurzbefragung, an der alle nicht teilnehmenden Haushalte der Bruttostichprobe teilnehmen sollten, zentrale haushalts- und personenbezogene Merkmale erhoben, um wichtige Zusatzinformationen für Ausfallanalysen zu gewinnen.¹¹

5.1 Bruttostichprobe

Für die Nacherhebung wurden sowohl Haushalte berücksichtigt, die die Befragung an der Haupterhebung verweigert haben, als auch Haushalte, die nicht erreicht werden konnten bzw. nicht in der Lage waren, an der Befragung teilzunehmen. Grundlage für die Ausgangsstichprobe waren insgesamt 3.248 Adressen. Bei 33 Adressen lag allerdings die Information vor, dass es sich um Absolut-Verweigerer handelt, die unter keinen Umständen wiederbefragt werden dürfen und somit nicht ins Feldeinsatzbrutto gelangten. Damit ergab sich ein Gesamtbrutto von 3.215 Fällen, davon 2.499 „Verweigerer“¹², 204 Personen, die mit dem Ausfallgrund „nicht in der Lage“¹³ kodiert waren, und 512 nicht erreichte Haushalte¹⁴.

Auch in der Nacherhebung gab es verschiedene Incentivierungs-Splits, die allerdings von denen der Haupterhebung abweichen. Die Bruttoadressen wurden auf drei verschiedene Non-response-Splits verteilt: Die erste Gruppe erhielt kein Incentive, die zweite Gruppe wurde mit 5 € und die dritte mit 15 € incentiviert. **Tabelle 5.1** zeigt die Schichtungsmatrix der Non-response-Nacherhebung. Dabei wird ersichtlich, dass die Bruttofälle nicht zu gleichen Teilen auf die Splitgruppen verteilt wurden. Das zentrale Schichtungskriterium war die Ausfallart („Verweigerer“, „Nicht Erreichte“, „Nicht in der Lage“), das sekundäre Kriterium die ursprünglichen Incentivierungs-Splits aus der Haupterhebung, wobei aus Gründen der Komplexitätsreduktion

11 Dabei ist allerdings zu beachten, dass durch die Non-respondents der Non-response-Nacherhebung Rückschlüsse auf statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Teilnehmern und den Non-respondents der Haupterhebung nur begrenzt möglich sind.

12 Unter der Ausfallgruppe „Verweigerer“ wurden diejenigen Fälle aus der Haupterhebung subsumiert, die beim Interviewerkontakt angaben, dass sie derzeit nicht befragungsbereit sind (hergs39) bzw. generell nicht für diese Studie zur Verfügung stehen (hergs40).

13 „Nicht in der Lage“ sind Personen bzw. Haushalte mit den Ausfallgründen „Krankheit/Krankenhausaufenthalt während der gesamten Feldzeit“ (hergs24), „Pflegefall“ (hergs46), „Sprachprobleme“ (hergs47) und „Ausländer: Längere Zeit im Heimatland“ (hergs23).

14 Haushalte mit der Ausfallkodierung „nicht erreicht“ waren trotz mehrmaliger Kontaktversuche während der gesamten Feldzeit nicht erreichbar (hergs25).

und zur Fallzahlerhöhung bestimmter Zellen die Gruppen „SOEP classic“ und „Choice“ zusammengefasst wurden.

Tabelle 5.1:
Schichtungsmatrix der Non-response-Nacherhebung

Non-response-Splitgruppen			Ausfallart			Gesamt
			Verweigerung	Nicht in der Lage	Nicht erreicht	
kein Incentive	Ausgangssplit Haupterhebung	Low cash	246	30	58	334
		High cash	243	24	60	327
		SOEP classic + Choice	510	48	138	696
		Summe	999	102	256	1.357
5 Euro (Low cash)	Ausgangssplit Haupterhebung	Low cash	246	29	57	332
		High cash	243	25	61	329
		SOEP classic + Choice	510	48	138	696
		Summe	999	102	256	1.357
15 Euro (High cash)	Ausgangssplit Haupterhebung	Low cash	124	-	-	124
		High cash	122	-	-	122
		SOEP classic + Choice	255	-	-	255
		Summe	501	-	-	501
Gesamt			2.499	204	512	3.215

Folgende survey-pragmatischen und auswertungsbezogenen Überlegungen führten dazu, die Verteilung der Fälle auf die Splitgruppen derart zu gestalten, dass nur die Gruppe der „Verweigerer“ alle drei Incentivierungsvarianten erhielt und den anderen beiden Ausfallgruppen nur die Varianten „kein Incentive“ und „5 Euro“ zugeteilt wurden:

- Die eigentlichen Adressaten der Non-response-Nacherhebung sind die „Verweigerer“-Haushalte aus der Haupterhebung. Diese Gruppe hatte dem/der Interviewer/in gegenüber die Teilnahme an der Befragung verweigert bzw. bereits bei Erhalt des Anschreibens TNS Infratest Sozialforschung schriftlich oder telefonisch eine Absage erteilt. Es fand also eine Interaktion statt, deren Ergebnis Non-Kooperation war. Die „Verweigerer“-Haushalte erinnern sich in aller Regel an die Befragung und an die angekündigte Incentivierung. Daher ist der Einfluss verschiedener Incentivierungshöhen auf die Teilnahmebereitschaft bei der Nacherhebung – sowohl abhängig als auch unabhängig vom Incentivierungs-Split der Haupterhebung – interpretierbar und die Aufteilung in „keine Incentivierung“, „Low cash“ und „High cash“ sowohl inhaltlich als auch survey-pragmatisch sinnvoll.¹⁵
- Die Ausfallgruppen „nicht erreicht“ und „nicht in Lage“ wurden dennoch in das Ausgangsbrutto der Nacherhebung aufgenommen, um a) etwaige signifikante sozio-strukturelle und persönlichkeitsbezogene Unterschiede zwischen den einzelnen Ausfallgruppen und im Vergleich zu den Teilnehmern der Haupterhebung zu analysieren, b) auch bei die-

¹⁵ Es ist in Einzelfällen allerdings nicht auszuschließen, dass Interviewer den Ausfallgrund „Verweigerung“ an das Institut ermitteln, obwohl ein Kontakt nicht stattgefunden hat.

sen Ausfallgruppen den Einfluss einer Ex-post-Cash-Incentivierung auf die Teilnahmebereitschaft zu messen und c) diese Haushalte doch noch zu einer Teilnahme bei der 2. Welle der Haupterhebung zu gewinnen.

- Die Analyse des Einflusses der Cash-Incentivierung auf die Teilnahmebereitschaft in der Non-response-Nacherhebung ist vor allem getrennt nach den ursprünglichen Ausfallgruppen sinnvoll. Bei einer dreistufigen Incentivierung für die „Nicht erreicht“- und „Nicht in der Lage“-Ausfälle wären die Zellen zu gering besetzt, um statistisch haltbare Aussagen treffen zu können. Dieses Problem verstärkt sich noch, wenn zusätzlich innerhalb der Ausgangssplits der Haupterhebung ausgewertet werden soll.

Innerhalb der Gruppe der Verweigerer wurden die Fälle disproportional im Verhältnis 2:2:1 auf die drei Splitgruppen verteilt. Der Split „High cash“ wurde in der Bruttostichprobe aus pragmatischen Gründen unterrepräsentiert, da aufgrund des höheren monetären Anreizes von einer höheren Teilnahmebereitschaft auszugehen war. Die Fälle der Ausfallgruppen „nicht erreicht“ und „nicht in der Lage“ wurden jeweils zu 50 % auf die beiden Splitgruppen verteilt. Die eigentliche Zuordnung innerhalb der Ausfallgruppen auf die Splitgruppen erfolgte jeweils durch ein Zufallsverfahren.¹⁶

5.2 Versand der Anschreiben und sonstiger Befragungsunterlagen

Die Feldzeit der Non-response-Nacherhebung erstreckte sich von Anfang Mai bis Ende Juni 2010.¹⁷ Da die Erhebung nicht interviewergestützt angelegt war, wurden die Befragungsunterlagen den Zielhaushalten postalisch übersandt. Jeder Haushalt erhielt neben dem Kurzfragebogen ein Anschreiben, das Datenschutzblatt, welches bereits in der Haupterhebung verwendet wurde, und eine Portocard mit zwei Briefmarken à 55 Cent für den privaten Gebrauch als Vorab-Incentive. Hinzu kam ein portofreier Rückumschlag für die Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens.

Je nach Ausfallart und Non-response-Split gab es insgesamt sieben verschiedene Varianten des Anschreibens (vgl. **Anhang B.1**):

	Ausfallart:	Incentive:
1	Verweigerung	Kein Incentive
2	Verweigerung	Low cash (5 €)
3	Verweigerung	High cash (15 €)

¹⁶ Die Zufallsauswahl für die einzelnen Teilstichproben wurde mit SPSS vorgenommen (Befehl: *sample*), wobei der SPSS-eigene Algorithmus des Zufallszahlengenerators *Marsenne Twister* angewandt wird.

¹⁷ Der Versand der Befragungsunterlagen fand in der Woche vom 3. 5. 2010 bis zum 7. 5. 2010 statt. Die ersten ausgefüllten Fragebogen wurden am 12. 5. 2010 erfasst. Im Anschreiben und auf den Fragebögen wurde der 7. Juni als „Deadline“ für das Zurücksenden der Fragebögen genannt. Tatsächlich wurde mit dem Aufbereiten des Datensatzes bis zum 30. Juni gewartet. Einige wenige „Nachzügler“, die erst im Juli oder Anfang August den Fragebogen zuschickten, wurden nachträglich in den Nettodatensatz aufgenommen.

4	Nicht in der Lage	Kein Incentive
5	Nicht in der Lage	Low cash (5 €)
6	Nicht erreicht	Kein Incentive
7	Nicht erreicht	Low cash (5 €)

Die Anschreiben waren im Wesentlichen identisch, unterschieden sich aber an zwei Stellen:

- Jede Gruppe wurde je nach Ausfallart anders angesprochen. Während die Verweigerer die Variante „Leider ist es uns nicht gelungen, Ihren Haushalt für unser Projekt zu gewinnen“ erhielten, bekamen Nicht-Erreichte den Textteil *„Leider konnte unser Interviewer/unsere Interviewerin niemanden in Ihrem Haushalt erreichen“*. Personen, die nicht in der Lage waren, an der Befragung teilzunehmen, erhielten den *Textbaustein „Von unserem für Ihren Haushalt eingesetzten Interviewer bzw. der Interviewerin erfuhren wir, dass Sie aus gesundheitlichen oder anderen Gründen leider nicht an der Umfrage teilnehmen konnten“*.
- Ein weiterer Unterschied ergab sich aufgrund der Incentive-Splits. Haushalte, die ein Incentive erhalten haben, hatten im Anschreiben den textlichen Zusatz *„Darüber hinaus erhalten Sie für die Teilnahme 5 Euro (bzw. 15 Euro), die wir Ihnen nach Erhalt Ihres ausgefüllten Fragebogens zuschicken werden.“*

In den Anschreiben wurde den Haushalten ausdrücklich mitgeteilt, dass Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe gehören, da die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen, in den letzten Jahren stetig gestiegen ist. Zudem wurde darauf hingewiesen, dass es bei dem Kurzfragebogen um den systematischen Vergleich der Lebensumstände teilnehmender und nicht teilnehmender Haushalte geht.

5.3 Fragebogenvarianten

Für die Non-response-Nacherhebung wurden zwei Fragebogen-Varianten erstellt (vgl. **Anhang B.2**): Zum einen für diejenigen, die die Befragung in der Haupterhebung verweigert haben, und zum anderen für die Nicht-Erreichten und jene, die nicht in der Lage waren, an der Befragung teilzunehmen. Beide Varianten trugen den Titel *„Umfrage zum Leben in Deutschland 2010: Kurzbefragung für nicht teilnehmende Haushalte“*. Der Fragebogen für die Gruppe der Verweigerer wendet sich auf der Titelseite zunächst an diejenige Person, die Kontakt mit dem Interviewer hatte. Ist dies nicht möglich, darf auch eine andere Person des Haushalts den Fragebogen ausfüllen, die 17 Jahre oder älter ist. Die zweite Fragebogenvariante richtet sich an eine beliebige Person im Haushalt, die 17 Jahre oder älter ist.

Die Befragungsinhalte der beiden Fragebogenversionen waren nahezu identisch. **Tabelle 5.2** gibt einen Überblick über die verschiedenen Themengebiete, die in beiden Fragebogenfassungen abgefragt wurden.

Tabelle 5.2:
Befragungsinhalte der Non-response-Erhebung

Soziodemografie der Befragungsperson

Alter (Geburtsjahr)
Geschlecht
Nationalität
Familienstand
Bildung
Erwerbsstatus

Soziodemografie des Haushaltes

Haushaltsgröße und Haushaltszusammensetzung
Alter der Haushaltsmitglieder
Haushaltseinkommen (kategorial)

Wohnumfelddaten

Sicherheit im Wohngebiet
Kontakt zu den Nachbarn

Subjektive/weiche Indikatoren

Freizeitaktivitäten
Politikinteresse
Selbsteinschätzung Persönlichkeit
Selbsteinschätzung Risikobereitschaft
Selbsteinschätzung Lebenszufriedenheit

Der Gruppe der Verweigerer wurde gegen Ende des Fragebogens noch zwei zusätzliche Fragen gestellt, die die anderen Befragten nicht erhielten:

- Zum einen war es wichtig zu erfahren, ob die Person, die den Fragebogen ausgefüllt hat, auch diejenige Person ist, die ursprünglich verweigert hatte, oder ob das eine andere Person im Haushalt war. Bei dieser Frage gab es auch die Möglichkeit anzugeben, dass der Haushalt zwar das Anschreiben erhalten hat, sich aber nie ein Interviewer gemeldet hat. Ein weiteres Item deckte die Möglichkeit ab, dass sich der Befragte an die ursprüngliche Umfrage nicht erinnern kann.
- Zum anderen wurden die Zielpersonen, die in der vorigen Frage angaben, dass sie selbst verweigert hatten, noch nach den Gründen gefragt, warum Sie nicht teilnehmen wollten bzw. konnten. Die Items sowie die Verteilung der Antworten sind in **Abschnitt 5.4** aufgeführt.

Zum Abschluss sollten beide Gruppen noch verschiedene Aussagen zu Umfragen im Allgemeinen beantworten. Beide Fragebogenvarianten schlossen mit der Bitte, ob TNS Infratest sich im Rahmen dieser Erhebung wieder bei dem Haushalt melden und eine Einladung zur Befragung zum Leben in Deutschland 2010 zuschicken darf. Die Wiederbefragungsbereitschaft ist in dargelegt.

5.4 Ausschöpfung und Verweigerungsgründe

Rücklauf und Ausschöpfungsquoten

Insgesamt wurden 3.215 Haushalte für die Non-response-Erhebung angeschrieben. 518 (16 %) Rücklaufmeldungen sind dabei während der Feldzeit von Mitte Mai bis Ende Juni 2010 bei TNS Infratest eingegangen. Darunter waren 459 (14 %) ausgefüllte Fragebogen. 53 Fälle haben explizit verweigert; in 6 Fällen wurde ein Todes- oder Pflegefall gemeldet. Die große Mehrheit von 84 % aller angeschriebenen Haushalte hat somit nicht auf das Anschreiben reagiert. **Tabelle 5.3** zeigt den Rücklauf der Non-response-Erhebung.

Tabelle 5.3:

Rücklauf

Brutto	3.215	100,0%
kein Rücklauf	2.697	83,9%
Rücklauf	518	16,1%
Davon:		
- verstorben/Pflegefall	6	0,2%
- Verweigerung	53	1,6%
- ausgefüllte Fragebogen	459	14,3%

Tabelle 5.4 zeigt die Ausschöpfungsquoten nach dem ursprünglichen Ausfallgrund und den Non-response-Splits. Über alle Teilgruppen hinweg ergibt sich eine Ausschöpfungsquote von 14,3 %. Betrachtet man die einzelnen Gruppen zunächst nach dem ursprünglichen Ausfallgrund, dann zeigt sich, dass dieser Wert hauptsächlich durch die gegenüber den anderen Gruppen deutlich höhere Fallzahl der Verweigerer zustande kommt, die eine Ausschöpfung von 14,0 % aufzuweisen haben. Die Nicht-Erreichten mit gut 16 % weisen erwartungsgemäß die höchste Ausschöpfungsquote auf. Die geringste Ausschöpfung wurde mit 12 % bei der Gruppe erzielt, die in der Haupterhebung nicht in der Lage war, an der Befragung teilzunehmen. Auch dies entspricht den Erwartungen, da unter diesem Ausfallgrund überwiegend Fälle subsumiert werden, bei denen eine kurz- bis mittelfristige Änderung dieses Status nicht zu erwarten ist. Einschränkend muss erwähnt werden, dass die beobachteten Unterschiede in der Ausschöpfung nach Ausfallart statistisch nicht signifikant sind, was sich aber bei höheren Fallzahlen – vor allem in den Gruppen „nicht erreicht“ und „nicht in der Lage“ – relativieren sollte.

Tabelle 5.4:
Ausschöpfungsquoten nach Ausfallart und Non-response-Splits

Ursprünglicher Ausfallgrund	NR-Splits						Gesamt ³	
	0 €		5 €		15 €		Abs.	in %
	Abs.	in %	Abs.	in %	Abs.	in %		
Verweigerer ¹	123	12,3	139	13,9	89	17,8	351	14,0
Nicht in der Lage	12	11,8	12	11,8	-	-	24	11,8
Nicht erreicht ²	38	14,8	46	18,0	-	-	84	16,4
Gesamt	173	12,7	197	14,5	89	17,8	459	14,3

Anmerkung:

- 1 $\chi^2 = 8,240$; $df = 2$; $\alpha = 0,016$; $C_{Korr} = 0,057$
- 2 $\chi^2 = 0,911$; $df = 1$; $\alpha = 0,340$; $C_{Korr} = 0,042$
- 3 $\chi^2 = 3,085$; $df = 2$; $\alpha = 0,217$; $C_{Korr} = 0,031$

Interessante Ergebnisse treten bei Betrachtung der einzelnen Non-response-Splits auf: Bei den Verweigerern aus der Haupterhebung wird der Zusammenhang deutlich, dass bei steigender Incentivierungshöhe auch die Teilnahmebereitschaft steigt. In Haushalten, die mit 15 € incentiviert wurden, wurde eine um 5,5 Prozentpunkte höhere Ausschöpfung erzielt als in Haushalten ohne Incentivierung. Es zeigt sich aber auch, dass mit der Variante „Low cash“ mit 5 € – zumindest im Kontext einer Non-response-Erhebung mit einer ohnehin kaum teilnahmebereiten Zielgruppe – nur eine geringe Steigerung der Teilnahmebereitschaft zu erzielen ist (1,6 Prozentpunkte). Bei der Gruppe der ursprünglich nicht Erreichten ist der Unterschied zwischen 5 € und 0 € mit 3,2 Prozentpunkten zwar etwas deutlicher ausgeprägt, dieser ist jedoch (zumindest bei diesen relativ geringen Fallzahlen) statistisch nicht signifikant. Bei der Ausfallgruppe „nicht in der Lage“ konnten keinerlei Unterschiede in der Teilnahmebereitschaft festgestellt werden, dies ist bei den geringen Fallzahlen allerdings nur bedingt interpretierbar.

Mögliche Bereitschaft zur Teilnahme an der Haupterhebung von LEBEN IN DEUTSCHLAND

Am Ende des Fragebogens wurden die Zielpersonen gefragt, ob sich TNS Infratest im Rahmen der Erhebung LEBEN IN DEUTSCHLAND 2010 noch einmal bei dem Haushalt melden und die Befragungsunterlagen zuschicken darf. Angesichts der Zielgruppe ist die erhobene Bereitschaft von 49 % beachtlich (siehe **Tabelle 5.6**), vor allem da selbst die Gruppe der Verweigerer-Haushalte noch eine Bereitschaft von 46 % aufweist, zur nächsten Befragung von LID eingeladen zu werden. (**Tabelle 5.7**). Erwartungsgemäß war die Bereitschaft, an einer weiteren Studie teilzunehmen, aber bei der Gruppe der nicht Erreichten mit 62 % deutlich am höchsten. Diese Gruppe hatte keinen Interviewerkontakt, deren Nicht-Teilnahme an der Haupterhebung resultierte somit nicht aus einer wie auch immer gearteten Verweigerungshaltung. Auch wenn die Rücklaufquote der nicht Erreichten, wie oben aufgezeigt wurde, nur unwesentlich höher ist als bei den Verweigerern, was vermutlich überwiegend dem Erhebungsmodus schriftlich-postalisch geschuldet ist, ist die Bereitschaft zu einer erneuten Teilnahme wesentlich höher als bei der Gruppe der Verweigerer.

Tabelle 5.6:
Bereitschaft zur Teilnahme an LID 2010

Realisierte Interviews	459	100%
Davon:		
- befragungsbereit	225	49,0%
- nicht befragungsbereit	234	51,0%

Tabelle 5.7:
Bereitschaft zur Teilnahme an LID 2010 nach Ausfallart und Incentivierungs-Splits

Ursprünglicher Ausfallgrund	NR-Splits						Gesamt ³	
	0 €		5 €		15 €		Abs.	in %
	Abs.	in %	Abs.	in %	Abs.	in %		
Verweigerer ¹	56	45,5	66	47,5	39	43,8	161	45,9
Nicht in der Lage	5	41,7	7	58,3	-	-	12	50,0
Nicht erreicht ²	20	52,6	32	69,6	-	-	52	61,9
Gesamt	81	46,8	105	53,4	39	43,8	225	49,0

Anmerkung:

- 1 $\chi^2 = 6,984$; $df = 2$; $\alpha = 0,030$; $C_{Korr} = 0,122$
- 2 $\chi^2 = 0,302$; $df = 2$; $\alpha = 0,860$; $C_{Korr} = 0,029$
- 3 $\chi^2 = 0,667$; $df = 1$; $\alpha = 0,414$; $C_{Korr} = 0,164$
- 4 $\chi^2 = 2,530$; $df = 1$; $\alpha = 0,112$; $C_{Korr} = 0,171$

Ein Blick auf die Wiederbefragungsbereitschaft nach Incentivierungs-Splits zeigt, dass die Incentivierungshöhe bei den Verweigerern keinen signifikanten Einfluss auf die Bereitschaft ausübt, erneut befragt zu werden. Die geringste Wiederbefragungsbereitschaft wurde mit 44 % sogar bei der Teilgruppe mit der höchsten Incentivierung erzielt. Höhere Incentivierungssummen steigern somit zwar die Teilnahmebereitschaft von Non-respondents an einer expliziten Non-response-Erhebung, deren Bereitschaft, sich in die eigentliche Befragung eingliedern zu lassen, ist allerdings unabhängig von der Incentivierung. Bei den nicht Erreichten ist hingegen ein deutlicher Trend in Richtung „der Einsatz einer Low-cash-Incentivierung erhöht die Wiederbefragungsbereitschaft“ auszumachen, dieser ist zumindest bei dem geringen Fallzahlgerüst statistisch jedoch nicht signifikant.

Analyse der Fragen zur Verweigerung und den Verweigerungsgründen

Am Ende des Fragebogens wurden Personen, die die Haupterhebung verweigert haben, gefragt, ob sie selbst die Verweigerung ausgesprochen haben oder ob das eine andere Person im Haushalt war (Fr. 23). Diese Frage ist elementar, um die eigentlichen inhaltlichen Fragen der Non-response-Erhebung adäquat auswerten zu können. In fast der Hälfte der Fälle hat die

befragte Person angegeben, selbst das Interview verweigert zu haben; in 10 % der Fälle wurde angegeben, dass das eine andere Person im Haushalt war (siehe **Tabelle 5.8**). Nahezu ein Drittel der Haushalte geben an, keine Erinnerung an die Umfrage zu haben. Hinzu kommen knapp 10 %, die sich zwar an die Ankündigung der Umfrage erinnern können, allerdings einen Interviewerkontakt verneinen. Da diese Frage ausschließlich an Haushalte gerichtet war, die laut Ergebniscodes explizit verweigert hatten, müsste in allen Fällen ein Kontakt mit einem Interviewer stattgefunden haben. Dass dennoch ein derart großer Anteil an Personen entweder keinerlei Erinnerung an die Umfrage hat bzw. einen Interviewerkontakt verneint, ist daher auffällig. Eine versteckte Verweigerungshaltung seitens der Interviewer könnte in einigen wenigen Fällen eine Rolle spielen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass in den allermeisten Fällen der Kontakt nicht mehr erinnert wird bzw. mit einem anderen Haushaltsmitglied zustande kam, der dies nie kommuniziert hat.

Tabelle 5.8:

Einordnung der Befragungsperson in den Verweigerungskontext

Wer hat Haupterhebung verweigert?	
- die Person selbst	47,6%
- andere Person im Haushalt	9,7%
- Trifft nicht zu: Anschreiben zwar erhalten, aber kein Interviewerkontakt	9,1%
- Trifft nicht zu: keine Erinnerung an Umfrage	29,9%
- keine Angabe	3,7%

Personen, die in der Frage zuvor angaben, bei der eigentlichen Befragung selbst verweigert zu haben, wurden in Frage 24 nach den Gründen für die Verweigerung gefragt (siehe **Tabelle 5.9**). Insgesamt ist auffällig, dass der Item-non-response extrem hoch ist. Die K.A.-Anteile der einzelnen Items bewegen sich zwischen 10 % und 40 %. Das ist darin begründet, dass die Zielpersonen nicht konsequent zu jedem Item eine Angabe machen, sondern nur bei den Items, die für sie besonders zutreffend sind (insgesamt haben nur acht Personen die Antwort komplett verweigert). Werden Fragen dieser Art, also Itembatterien, bei denen bei jeder Antwortvorgabe eine Einschätzung erfolgen soll, nicht interviewergestützt abgefragt, sind die K.A.-Anteile einzelner Items generell höher als bei interviewergestützter Abfrage. Dieser Effekt ist bei dieser generell nicht befragungsaffinen Zielgruppe noch stärker ausgeprägt.

Ansonsten zeigt die Abfrage der Verweigerungsgründe (**Tabelle 5.9**), dass am häufigsten die Ablehnung eines Hausbesuches durch den Interviewer als ursächlich für die Nichtteilnahme angegeben wurde. Danach folgen Zeitgründe und die grundsätzliche Ablehnung von Umfragen. Ein weiterer häufig genannter Grund ist der zu große Aufwand. Ein gutes Drittel der Befragten führte zudem an, dass der Interviewer sie nicht vom Sinn und Zweck der Umfrage überzeugen konnte. Eine eher untergeordnete Rolle spielen gesundheitliche Gründe sowie eine zu geringe Aufwandsentschädigung. Dass der Interviewer unfreundlich oder unsympathisch gewesen sei, wurde ebenfalls selten moniert. Unter den insgesamt 46 offenen Nennungen zu den sonstigen Gründen waren Datenschutzbedenken am häufigsten.

Tabelle 5.9:

Gründe für die Nichtteilnahme an der Haupterhebung (alle Angaben in Prozent)

Gründe für Nichtteilnahme	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu	Keine Angabe
Grundsätzlich keine Teilnahme an Umfragen	13,6	17,8	36,1	20,1	12,4
Interviewer konnte nicht überzeugen	23,1	24,5	23,8	13,6	15,0
Ablehnung Hausbesuch	11,0	7,7	15,5	55,5	10,3
Keine Zeit	14,0	11,3	22,7	39,3	12,7
Gesundheitliche Gründe	64,5	6,6	7,2	7,9	13,8
Aufwand zu groß	18,0	20,0	30,0	17,3	14,7
Aufwandsentschädigung zu gering	51,4	20,3	2,7	10,1	15,5
Unsympathische(r) Interviewer(in)	57,7	17,6	5,6	2,1	16,9
Sonstige Gründe	19,1	4,4	4,4	32,4	39,7

Zielte die vorige Frage noch auf die expliziten Verweigerungsgründe bei dieser Studie ab, so richtete sich die Frage 23 (nicht Erreichte/nicht in der Lage) respektive 25 (Verweigerer) wieder an alle Befragten der Non-response-Erhebung und erfasste die allgemeine Einstellung gegenüber Umfragen. Dies geschah für insgesamt acht Items jeweils anhand einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 7 (stimme voll und ganz zu). **Tabelle 5.10** gibt die Mittelwerte der Angaben getrennt nach Ausfallgruppen wieder.

Tabelle 5.10:

Allgemeine Einstellung gegenüber Umfragen (Mittelwerte und K.A.-Anteile nach Teilgruppen)

Einstellung zu Umfragen	Verweigerer		Nicht erreicht/nicht in der Lage		Gesamt	
	Mittelwert	K.A.	Mittelwert	K.A.	Mittelwert	K.A.
Teilnahme nur per Post/E-Mail	3,77	12,3%	4,38	3,7%	3,92	10,2%
Generelles Interesse an Umfragen	3,54	10,3%	4,05	1,9%	3,67	8,3%
Zu viele Aufforderungen zur Teilnahme an Umfragen	3,45	12,0%	3,09	2,8%	3,36	9,8%
Eingriff in Privatsphäre	4,27	8,3%	3,79	1,9%	4,15	6,8%
Wichtiger Beitrag für Wissenschaft	4,84	12,5%	5,08	2,8%	4,90	10,2%
Beantwortung der Fragen zu anstrengend	3,09	11,4%	2,81	2,8%	3,02	9,4%
Teilnahme an Umfragen ist Zeitverschwendung	3,05	11,7%	2,76	2,8%	2,98	9,6%
Zweifel an Datenschutz	5,00	7,1%	4,68	1,9%	4,92	5,9%

Anhand der Mittelwerte zeigt sich, dass die Befragten den Aussagen, dass Umfragen Zeitverschwendung bzw. zu anstrengend seien im Durchschnitt am wenigsten zustimmen. Auch der Modus spiegelt das wider, bei beiden Items ist der am häufigsten genannte Wert „1“ („stimme überhaupt nicht zu“). Ebenfalls relativ wenig Gewicht wird der Aussage „Ich erhalte zu viele Aufforderungen, an Umfragen teilzunehmen“ beigemessen. Auch hier ist der Modus 1, und zwar bei beiden Ausfallgruppen. Am meisten Zustimmung erfährt im Durchschnitt die Aussage, dass bei Umfragen die Einhaltung des Datenschutzes fraglich sei. Hier hat der Modus bei beiden Teilgruppen den Wert „7“ („stimme voll und ganz zu“).

Betrachtet man die Mittelwerte nach Ausfallgruppe, so wird deutlich, dass sie bei jedem einzelnen Item mehr oder minder stark voneinander abweichen, und zwar immer in eine erwartbare Richtung:

- Die Gruppe der Verweigerer stimmt folgenden Aussagen stärker zu als die Gruppe der nicht Erreichten/nicht in der Lage:
 - „Ich erhalte zu viele Aufforderungen, an Umfragen teilzunehmen“,
 - „Umfragen sind ein Eingriff in meine Privatsphäre“,
 - „Es ist mir zu anstrengend, so viele Fragen bei einer Umfrage zu beantworten“,
 - „Die Teilnahme an Umfragen ist reine Zeitverschwendung“,
 - „Umfragen sind ein großer Schritt in Richtung Gläserner Bürger: Man kann sich nie ganz sicher sein, ob der Datenschutz wirklich eingehalten wird“.
- Die Gruppe der nicht Erreichten/nicht in der Lage stimmt wiederum folgenden Aussagen stärker zu als die Gruppe der Verweigerer:
 - „Ich finde Umfragen generell sehr interessant“,
 - „Die in Umfragen gewonnenen Informationen sind ein wichtiger Beitrag für Wissenschaft und Gesellschaft“,
 - „Ich beantworte generell nur Fragebögen, die ich per Post oder E-Mail erhalte“.

Ein statistischer Mittelwertvergleich (einfaktorielle Varianzanalyse) bestätigt die beobachteten Zusammenhänge für die Variablen „Ich beantworte generell nur Fragebögen, die ich per Post oder E-Mail erhalte“¹⁸, „Ich finde Umfragen generell sehr interessant“¹⁹ und „Umfragen sind ein Eingriff in meine Privatsphäre“²⁰. Folgende Zusammenhänge sind somit statistisch signifikant: Die Gruppe der Verweigerer empfinden Umfragen stärker als Eingriff in die Privatsphäre als die Gruppe der nicht Erreichten/nicht in der Lage. Diese wiederum finden Umfragen generell interessanter und bevorzugen stärker eine postalische bzw. Onlinebefragung als die Gruppe der Verweigerer. Letzteres ist leicht begründbar, da schwer erreichbare Personen für eine nicht interviewergestützte Befragung keinen Termin vereinbaren müssen und somit flexibler agieren können, und Personen, die nicht in der Lage zu einem Face-to-face-Interview sind, Befragungen nicht zwingend kategorisch ablehnen, sondern sich zu einem postalischen Interview bereit erklären können.

¹⁸ F = 6,363; df1 = 1; df2 = 410; α = 0,012;

¹⁹ F = 6,239; df1 = 1; df2 = 419; α = 0,013;

²⁰ F = 4,691; df1 = 1; df2 = 426; α = 0,031;

Auffällig sind auch die enormen Unterschiede des K.A.-Anteils in den beiden Gruppen. Während die Anteile der Gruppe der nicht Erreichten/nicht in der Lage lediglich zwischen ca. 2 % und 4 % liegen, erreichen sie in der Gruppe der Verweigerer ein Niveau zwischen 7 % und 13 %. Ähnlich wie bei der vorigen Frage liegt die Ursache wohl darin, dass tendenziell weniger befragungsaffine Personen auch einen höheren Item-non-response aufweisen und dazu neigen, Items, die sie nicht interessieren oder die für sie nicht zutreffend sind, zu ignorieren.

6. Datenprüfung, übergebener Datenbestand und Gewichtung

Datenerfassung, Datenprüfung und Datenbereinigung erfolgten im SOEP-Innovationssample I nach denselben Verfahren wie in den SOEP-Altstichproben. Eine erneute Darstellung erübrigt sich hier; verwiesen wird auf die vorliegenden Methodenberichte zum SOEP.

Der an das DIW übergebene Datenbestand zur Stichprobe I umfasst folgende Bestandteile:

Haupterhebung Sample I:	Fallzahl
Nettodaten HAUSHALTS-Fragebogen	1.531
Nettodaten PERSONEN-Fragebogen	2.509
Bruttodaten Haushalte	5.000
Bruttodaten Personen	3.538
Berufe- und Branchenvercodung	2.935
Microm-Datensatz	5.000
Interviewerband	247
Non-response-Nacherhebung:	
Bruttoband	3.215
Nettodaten	459

Gewichtung

Durch die Stichprobenanlage und die Ausfallstrukturen ergeben sich Abweichungen der Stichprobe von bekannten Soll-Strukturen der Grundgesamtheit. Daher wurde, wie im SOEP üblich, auch für das Innovationssample I eine Gewichtung vorgenommen. Zunächst erfolgte eine Design-Gewichtung zum Ausgleich des disproportionalen Stichprobenansatzes. Dem folgte eine Struktur-Gewichtung („Redressment“). Diese entspricht dem SOEP-Standard-Gewichtungskonzept. Das bedeutet, dass von einer Haushaltsstichprobe ausgegangen wird und dann der Weg *Haushaltsgewichtung – Umwandlung (jede Person im Haushalt erhält einen HH-Faktor) – Personengewichtung* beschritten wird. Die einzelnen Schritte wie auch die Gewichtungsränder werden im Folgenden beschrieben.

Designgewichtung

Die Stichprobenanlage war – ausgehend von einem Adressvorlauf – disproportional hinsichtlich des Status als deutscher bzw. Zuwandererhaushalt geschichtet. Um eine bessere Abbildung der Zuwandererhaushalte in der Nettostichprobe zu erreichen, wurden, soweit möglich, die Zuwandererhaushalte mit einem 2-fach überhöhten Anteil in das Adressbrutto für die Feldbearbeitung ausgewählt. Diese Disproportionalität musste bei der Gewichtung ausgeglichen werden. Hierzu wurden pro Listennummern getrennt nach dem Status deutscher bzw. Zuwandererhaushalt Faktoren gebildet: Quotient aus dem Anteil deutscher Haushalte im Adressvorlauf und dem Anteil deutscher Haushalte im Adressbrutto für die Feldbearbeitung bzw. Quotient aus dem Anteil Zuwandererhaushalte im Adressvorlauf und dem Anteil Zuwandererhaushalte im Adressbrutto für die Feldbearbeitung

Tabelle 6.1:
Gewichtung des Haushaltsdatensatzes

Rand	Datenstand
Bundesland nach BIK	Haushaltsschätzung zum Stand 31. 12. 2007
West/Ost nach Haushaltsgröße	Mikrozensus 2008
West/Ost nach Nationalität des HV (deutsch/nichtdeutsch)	Mikrozensus 2008

Tabelle 6.2:
Gewichtung des Personendatensatzes

Rand West	Rand Ost
Altersgruppen (4) x Nielsen x Geschlecht – deutsch (Alter 4 Gruppen)	Altersgruppen (4) x Geschlecht x Bundesland
Altersgruppen (4) x Geschlecht – (Bula zusammengefasst) – nichtdeutsch	(deutsch/nichtdeutsch)
Altersgruppen x Geschlecht x Nielsen – deutsch (Alter in Dekaden)	Altersgruppen x Geschlecht x Bundesland - (Alter in Dekaden)
Altersgruppen x Geschlecht – nichtdeutsch (Alter in Dekaden)	
Familienstand – verheiratet/ledig/verwitwet/geschieden	Familienstand x Geschlecht x verheiratet/ nicht verheiratet
deutsch/nichtdeutsch x Altersgruppen (5er-Gruppen)	Geschlecht x Altersgruppen (5er-Gruppen)
deutsch/nichtdeutsch x Bundesland x Geschlecht	Bundesland x Geschlecht
Bundesland x Geschlecht	Bundesland x Geschlecht

Anmerkung:

Datenstand: Bevölkerungsfortschreibung zum 31. 12. 2008

Um Ausreißer in den Faktoren zu vermeiden, wurden die Faktoren bei der Personengewichtung „gekappt“, d. h. um extreme Faktoren zu vermeiden, wurde für den iterativen Gewichtungslauf festgelegt, dass kein Faktor kleiner als 0,150 und keiner größer als 6,000 sein soll. Für die Gewichtung der Haushaltsfaktoren wurde ebenfalls ein Faktoren-Bereich von 0,150 bis 6,000 erlaubt.

Tabelle 6.2:
Effektivität

Gewichtungsstufe	mit Designfaktor	ohne Designfaktor
Haushalt	74,7	77,3
Personen	78,9	79,8
Insgesamt	63,2	66,2

Tabelle 6.2:
Absolute Größe der Endfaktoren

Gewichtungsstufe	mit Design deutsch	mit Design nicht deutsch	ohne Design deutsch	ohne Design nicht deutsch
Design min.	0,417	0,417	-	-
Design max.	2,639	2,583	-	-
Haushalt min.	0,203	0,206	0,153	0,411
Haushalt max.	5,869	5,343	5,017	2,802
Personen min.	0,151	0,150	0,151	0,157
Personen max.	5,762	5,809	5,986	5,835

Folgende Gewichtungsfaktoren wurden den übergebenen Datensätzen zugespielt:

design_gew	Designfaktor
hgew_d	Haushaltsfaktor mit vorheriger Designgewichtung
hgew	Haushaltsfaktor ohne vorherige Designgewichtung
pgew_d	Personenfaktor mit vorheriger Designgewichtung
pgew	Personenfaktor ohne vorherige Designgewichtung

Anhang

A Feldunterlagen zur Haupterhebung

A.1 Anschreiben an die Befragten

Variante „Low cash“ (5 € + 10 €)

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

München, im Januar 2010

Sehr geehrter Herr/sehr geehrte Dame,

wir wenden uns heute mit einem besonderen Anliegen an Sie: Wir möchten Sie bitten, an unserer großen Befragung zum LEBEN IN DEUTSCHLAND teilzunehmen.

LEBEN IN DEUTSCHLAND ist ein bedeutendes wissenschaftliches Forschungsprojekt, das öffentlich finanziert wird. Die wissenschaftliche Verantwortung liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das renommierte Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch.

Es handelt sich dabei um eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Lebenssituation der privaten Haushalte in Deutschland. Das Projekt läuft seit 1984 in den alten Bundesländern und seit 1990 in den neuen Bundesländern. Grundlage ist eine jährliche Befragung von etwa 12 000 repräsentativ ausgewählten Haushalten.

In diesem Jahr wurde Ihr Haushalt über ein mathematisches Zufallsverfahren für die repräsentative Stichprobe ausgewählt. Wir bitten Sie daher um Ihre Mitwirkung.

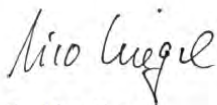
Ihre Teilnahme an der Befragung ist selbstverständlich freiwillig. Aber nur wenn alle ausgewählten Haushalte mitmachen, kann ein vollständiges Bild der Lebenssituation in Deutschland entstehen.

In Kürze wird einer unserer Mitarbeiter/eine unserer Mitarbeiterinnen mit Ihnen Kontakt aufnehmen, um Ihnen weitere Auskünfte über die Untersuchung zu geben und einen Interviewtermin mit Ihnen zu vereinbaren.

Als Dankeschön für die Mitarbeit bekommt jeder Haushalt beim Interview ein kleines Geschenk. Aber das ist noch nicht alles: Direkt nach der Befragung erhält jeder Haushalt einen Geldbetrag, der Ihnen persönlich von unserem Mitarbeiter überreicht wird und zwar für das Haushaltsinterview 5 Euro und zusätzlich für jede befragte Person noch einmal 5 Euro. Weitere Angaben hierzu entnehmen Sie bitte der letzten Seite unserer beigelegten Informationsbroschüre.

Ihre Teilnahme ist für uns sehr wichtig, und wir möchten uns schon heute für Ihre Mitwirkung bedanken.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
stellv. wissenschaftlicher Leiter
DIW Berlin

Variante „High cash“ (5 € + 10 €)

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

München, im Januar 2010

Sehr geehrter Herr/sehr geehrte Dame,

wir wenden uns heute mit einem besonderen Anliegen an Sie: Wir möchten Sie bitten, an unserer großen Befragung zum LEBEN IN DEUTSCHLAND teilzunehmen.

LEBEN IN DEUTSCHLAND ist ein bedeutendes wissenschaftliches Forschungsprojekt, das öffentlich finanziert wird. Die wissenschaftliche Verantwortung liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das renommierte Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch.

Es handelt sich dabei um eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Lebenssituation der privaten Haushalte in Deutschland. Das Projekt läuft seit 1984 in den alten Bundesländern und seit 1990 in den neuen Bundesländern. Grundlage ist eine jährliche Befragung von etwa 12 000 repräsentativ ausgewählten Haushalten.

In diesem Jahr wurde Ihr Haushalt über ein mathematisches Zufallsverfahren für die repräsentative Stichprobe ausgewählt. Wir bitten Sie daher um Ihre Mitwirkung.

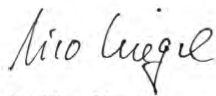
Ihre Teilnahme an der Befragung ist selbstverständlich freiwillig. Aber nur wenn alle ausgewählten Haushalte mitmachen, kann ein vollständiges Bild der Lebenssituation in Deutschland entstehen.

In Kürze wird einer unserer Mitarbeiter/eine unserer Mitarbeiterinnen mit Ihnen Kontakt aufnehmen, um Ihnen weitere Auskünfte über die Untersuchung zu geben und einen Interviewtermin mit Ihnen zu vereinbaren.

Als Dankeschön für die Mitarbeit bekommt jeder Haushalt beim Interview ein kleines Geschenk. Aber das ist noch nicht alles: Direkt nach der Befragung erhält jeder Haushalt einen Geldbetrag, der Ihnen persönlich von unserem Mitarbeiter überreicht wird und zwar für das Haushaltsinterview 5 Euro und zusätzlich für jede befragte Person 10 Euro. Weitere Angaben hierzu entnehmen Sie bitte der letzten Seite unserer beigefügten Informationsbroschüre.

Ihre Teilnahme ist für uns sehr wichtig, und wir möchten uns schon heute für Ihre Mitwirkung bedanken.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
stellv. wissenschaftlicher Leiter
DIW Berlin

Variante „Choice“ (5 € + 5 € oder Los)

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

München, im Januar 2010

Sehr geehrter Herr/sehr geehrte Dame,

wir wenden uns heute mit einem besonderen Anliegen an Sie: Wir möchten Sie bitten, an unserer großen Befragung zum LEBEN IN DEUTSCHLAND teilzunehmen.

LEBEN IN DEUTSCHLAND ist ein bedeutendes wissenschaftliches Forschungsprojekt, das öffentlich finanziert wird. Die wissenschaftliche Verantwortung liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das renommierte Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch.

Es handelt sich dabei um eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Lebenssituation der privaten Haushalte in Deutschland. Das Projekt läuft seit 1984 in den alten Bundesländern und seit 1990 in den neuen Bundesländern. Grundlage ist die jährliche Befragung von etwa 12 000 repräsentativ ausgewählten Haushalten.

In diesem Jahr wurde Ihr Haushalt über ein mathematisches Zufallsverfahren für die repräsentative Stichprobe ausgewählt. Wir bitten Sie daher um Ihre Mitwirkung.

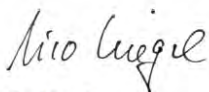
Ihre Teilnahme an der Befragung ist selbstverständlich freiwillig. Aber nur wenn alle ausgewählten Haushalte mitmachen, kann ein vollständiges Bild der Lebenssituation in Deutschland entstehen.

In Kürze wird einer unserer Mitarbeiter/eine unserer Mitarbeiterinnen mit Ihnen Kontakt aufnehmen, um Ihnen weitere Auskünfte über die Untersuchung zu geben und einen Interviewtermin mit Ihnen zu vereinbaren.

Als Dankeschön für die Mitarbeit bekommt jeder Haushalt beim Interview ein kleines Geschenk. Aber das ist noch nicht alles. Nach Abschluss der Befragung haben Sie die Wahl: Entweder schicken wir jedem Interviewpartner zu einem etwas späteren Zeitpunkt ein 5-Euro-Los der ARD-Fernsehloterie „Ein Platz an der Sonne“, das an einer Haupt- und sechs Wochenziehungen teilnimmt. Oder – alternativ dazu – können Sie sich für einen Geldbetrag entscheiden, der Ihnen direkt nach der Befragung persönlich von unserem Mitarbeiter überreicht wird, und zwar für das Haushaltsinterview 5 Euro und zusätzlich für jede befragte Person noch einmal 5 Euro. Weitere Angaben hierzu entnehmen Sie bitte der letzten Seite unserer beigefügten Informationsbroschüre.

Ihre Teilnahme ist für uns sehr wichtig, und wir möchten uns schon heute für Ihre Mitwirkung bedanken.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
stellv. wissenschaftlicher Leiter
DIW Berlin

Variante „SOEP classic“ (Los)

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

München, im Januar 2010

Sehr geehrter Herr/sehr geehrte Dame,

wir wenden uns heute mit einem besonderen Anliegen an Sie: Wir möchten Sie bitten, an unserer großen Befragung zum LEBEN IN DEUTSCHLAND teilzunehmen.

LEBEN IN DEUTSCHLAND ist ein bedeutendes wissenschaftliches Forschungsprojekt, das öffentlich finanziert wird. Die wissenschaftliche Verantwortung liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das renommierte Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch.

Es handelt sich dabei um eine Langzeitstudie zur Entwicklung der Lebenssituation der privaten Haushalte in Deutschland. Das Projekt läuft seit 1984 in den alten Bundesländern und seit 1990 in den neuen Bundesländern. Grundlage ist die jährliche Befragung von etwa 12 000 repräsentativ ausgewählten Haushalten.

In diesem Jahr wurde Ihr Haushalt über ein mathematisches Zufallsverfahren für die repräsentative Stichprobe ausgewählt. Wir bitten Sie daher um Ihre Mitwirkung.

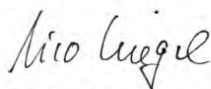
Ihre Teilnahme an der Befragung ist selbstverständlich freiwillig. Aber nur wenn alle ausgewählten Haushalte mitmachen, kann ein vollständiges Bild der Lebenssituation in Deutschland entstehen.

In Kürze wird einer unserer Mitarbeiter/eine unserer Mitarbeiterinnen mit Ihnen Kontakt aufnehmen, um Ihnen weitere Auskünfte über die Untersuchung zu geben und einen Interviewtermin mit Ihnen zu vereinbaren.

Als Dankeschön für die Mitarbeit bekommt jeder Haushalt beim Interview ein kleines Geschenk. Aber das ist noch nicht alles. Zusätzlich erhält jeder Interviewpartner ein 5-Euro-Los der ARD-Fernsehloterie „Ein Platz an der Sonne“, das wir Ihnen zu einem etwas späteren Zeitpunkt nach der Befragung zuschicken werden. Jedes Los nimmt an einer Haupt- und sechs Wochenziehungen teil. Weitere Angaben hierzu entnehmen Sie bitte der letzten Seite unserer beigefügten Informationsbroschüre.

Ihre Teilnahme ist für uns sehr wichtig, und wir möchten uns schon heute für Ihre Mitwirkung bedanken.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
stellv. wissenschaftlicher Leiter
DIW Berlin

A.2 Befragtenbroschüre

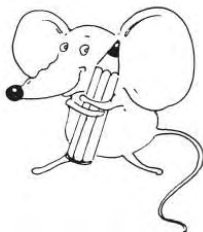
ID
2009

Leben in Deutschland



Quelle: Süddeutsche Zeitung Photo

Vor 20 Jahren, am 9. November 1989, fiel die Berliner Mauer



**Broschüre
Für alle Befragten
der Untersuchung**

LEBEN IN DEUTSCHLAND

Die große Befragung zur sozialen Lage der Haushalte.
Wir bitten Sie um Ihre Mitarbeit.

Deutschland befindet sich im Wandel. Damit verbinden sich Hoffnungen und Wünsche, aber auch Sorgen und Ängste. In dieser Situation ist sachliche, auf Fakten gestützte Information wichtig. Eine solche Informationsbasis entsteht durch die Befragung **LEBEN IN DEUTSCHLAND** – mit Ihrer Hilfe.

Es handelt sich bei dieser Studie um eine große wissenschaftliche Untersuchung, die von Bund und Ländern gemeinsam finanziert wird. Die wissenschaftliche Verantwortung für das Projekt liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das renommierte Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch.



Warum gerade Sie?

In Deutschland gibt es rund 39,7 Millionen Privathaushalte. Nach einem mathematischen Zufallsverfahren wird immer wieder ein kleiner Teil davon als „repräsentative Stichprobe“ ausgewählt: Darin vertreten sind sämtliche Regionen Deutschlands sowie alle Personengruppen und sozialen Schichten, die in Deutschland leben. Zusammen entsteht daraus ein verkleinertes Abbild des „Lebens in Deutsch-

land“. Einer dieser ausgewählten Haushalte ist Ihr Haushalt. Ihre Teilnahme an der Befragung ist freiwillig. Aber Sie können sich vorstellen: Wenn einzelne Mosaiksteine im Gesamtbild der „repräsentativen Stichprobe“ fehlen, verliert das Bild an Aussagekraft und Zuverlässigkeit. Daher ist es wichtig, dass Sie, wie auch alle anderen ausgewählten Haushalte, bei der Befragung mitmachen.

Worum wird der Interviewer/die Interviewerin Sie bitten?

Unser Mitarbeiter bzw. unsere Mitarbeiterin hat folgenden Auftrag:

1. Sie zu fragen, welche Personen zu Ihrem Haushalt gehören und diese in eine Haushaltsliste einzutragen.
2. Mit einer Person ein kurzes Interview zu führen, das den Haushalt als Ganzes betrifft. Am besten dafür geeignet ist die Person, die am genauesten über die Angelegenheiten dieses Haushalts Bescheid weiß.
3. Mit jeder Person ab 16 Jahren ein Interview zu führen. Hier geht es um Fragen, die jeder für sich selbst am besten beantworten kann.

Im nächsten Jahr wollen wir uns dann erneut an Sie wenden, um zu erfahren, wie Ihre Lebenssituation sich entwickelt und was sich eventuell verändert hat.

Der Datenschutz ist voll gesichert!

Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt. Namen und Adressen werden von den Angaben im Interview getrennt.

Aus den Ergebnissen kann niemand erkennen, welche konkreten Personen hinter den Angaben stehen. Nähere Erläuterun-

gen dazu enthält das „Informationsblatt zum Datenschutz“, das Ihnen unser Mitarbeiter bzw. unsere Mitarbeiterin überreichen wird. Alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die die Daten auswerten, sind zusätzlich auf strengen Datenschutz verpflichtet.

Was kommt dabei heraus?

Zahlen, Fakten, Analysen. Die Daten werden von zahlreichen Wissenschaftsgruppen im In- und Ausland für ihre Forschungsarbeit genutzt. Sie sind die Grundlage für wissenschaftliche Veröffentlichungen und Presseberichte, die sich mit den vielfältigen Aspekten des Lebens in Deutschland befassen.

Das Forschungsprojekt LEBEN IN DEUTSCHLAND startete in den alten Bundesländern bereits im Jahr 1984 und in den neuen Bundesländern im Jahr 1990. In regelmäßigen Abständen werden neue Haushalte einbezogen. So ist LEBEN IN

DEUTSCHLAND zu einer einzigartigen Langzeitstudie geworden, bei der eine große Zahl von Haushalten über viele Jahre mitmacht.

Das Projekt genießt in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften hohes Ansehen. Es leistet einen wichtigen Beitrag dazu, die Entwicklung der Lebensverhältnisse in unserem Land zuverlässig und vorurteilsfrei mit wissenschaftlichen Methoden zu beobachten. Bislang sind bereits tausende wissenschaftliche Veröffentlichungen auf Basis Ihrer Angaben erschienen.

Wir brauchen Ihre Hilfe.

All dies ist nur mit Ihrer Unterstützung möglich. Wir bedanken uns daher schon heute sehr herzlich für Ihre Mitwirkung!

Weitere Informationen zum Forschungsprojekt LEBEN IN DEUTSCHLAND, das in der Wissenschaft „Das Sozio-oekonomische Panel“ (SOEP) heißt, können Sie auch im Internet nachlesen: www.leben-in-deutschland.info

Variante „Low cash“ (5 € + 5 €)

Unser Dank

Neben dem kleinen Geschenk, das jeder teilnehmende Haushalt von uns überreicht bekommt, möchten wir jeder befragten Person im Haushalt ein zusätzliches Dankeschön anbieten:

Sie erhalten von unserem Interviewer direkt nach der Befragung 5 Euro für das Haushaltsinterview. Außerdem gibt es weitere 5 Euro für jedes Personeninterview.



Haben Sie noch Fragen?

Falls Sie weitere Fragen an uns haben oder uns Ideen und Anregungen, aber auch Wünsche mitteilen möchten, so stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Jetzt bleibt uns nur noch, Sie herzlich darum zu bitten, an der großen Untersuchung teilzunehmen.

Ihre Ansprechpartnerin bei TNS Infratest:

Andrea Gensicke
TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
Tel.: 089 / 5600 - 1399
E-Mail: andrea.gensicke@tns-infratest.com

Ihre Ansprechpartnerin im DIW Berlin:

Michaela Engelmann
DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
Tel.: 030 / 89789 - 292
E-Mail: mengelmann@diw.de

Variante „High cash“ (5 € + 10 €)

Unser Dank

Neben dem kleinen Geschenk, das jeder teilnehmende Haushalt von uns überreicht bekommt, möchten wir jeder befragten Person im Haushalt ein zusätzliches Dankeschön anbieten:

Sie erhalten von unserem Interviewer direkt nach der Befragung 5 Euro für das Haushaltsinterview. Außerdem gibt es weitere 10 Euro für jedes Personeninterview.



Haben Sie noch Fragen?

Falls Sie weitere Fragen an uns haben oder uns Ideen und Anregungen, aber auch Wünsche mitteilen möchten, so stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Jetzt bleibt uns nur noch, Sie herzlich darum zu bitten, an der großen Untersuchung teilzunehmen.

Ihre Ansprechpartnerin bei TNS Infratest:

Andrea Gensicke
TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
Tel.: 089 / 5600 - 1399
E-Mail: andrea.gensicke@tns-infratest.com

Ihre Ansprechpartnerin im DIW Berlin:

Michaela Engelmann
DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
Tel.: 030 / 89789 - 292
E-Mail: mengelmann@diw.de

Variante „Choice“ (5 € + 5 € oder Los)

Unser Dank

Neben dem kleinen Geschenk, das jeder teilnehmende Haushalt von uns überreicht bekommt, möchten wir jeder befragten Person im Haushalt ein zusätzliches Dankeschön anbieten.

Sie haben die Wahl:

Entweder erhält jede teilnehmende Person in Ihrem Haushalt ein auf sie persönlich ausgestelltes 5-Euro-Los der ARD-Fernsehlotterie „Ein Platz an der Sonne“, das wir Ihnen zu einem etwas späteren Zeitpunkt zuschicken werden. Die Lose der ARD-Fernsehlotterie nehmen jeweils an insgesamt sieben Ziehungen teil (eine Haupt- und sechs Wochenziehungen)! Der Einsatz für ein Lotterielos ist in keinem Fall verloren: Selbst wenn Sie persönlich nichts gewinnen, so kommt der Erlös aus dem Loskauf in jedem Fall einem guten Zweck zugute.



Oder Sie können sich für einen Geldbetrag von 5 Euro für das Haushaltsinterview und weiteren 5 Euro für jedes Personeninterview entscheiden – das Geld wird Ihnen von unserem Mitarbeiter direkt nach der Befragung persönlich überreicht.

Allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die sich für ein Los entschieden haben, wünschen wir viel Glück bei den Ziehungen!

Haben Sie noch Fragen?

Falls Sie weitere Fragen an uns haben oder uns Ideen und Anregungen, aber auch Wünsche mitteilen möchten, so stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Jetzt bleibt uns nur noch, Sie herzlich darum zu bitten, an der großen Untersuchung teilzunehmen.

Ihre Ansprechpartnerin bei TNS Infratest:

Andrea Gensicke
TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
Tel.: 089 / 5600 - 1399
E-Mail: andrea.gensicke@tns-infratest.com

Ihre Ansprechpartnerin im DIW Berlin:

Michaela Engelmann
DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
Tel.: 030 / 89789 - 292
E-Mail: mengelmann@diw.de

Variante „SOEP classic“ (Los)

Unser Dank

Neben dem kleinen Geschenk, das jeder teilnehmende Haushalt von uns überreicht bekommt, möchten wir jeder befragten Person im Haushalt ein zusätzliches Dankeschön anbieten:

Jeder Teilnehmer erhält nach der Befragung ein persönliches 5-Euro-Los für die ARD Fernsehlotterie „Ein Platz an der Sonne“, das wir zu einem etwas späteren Zeitpunkt verschicken werden.

Die Lose der ARD-Fernsehlotterie nehmen jeweils an insgesamt sieben Ziehungen teil (eine Haupt- und sechs Wochenziehungen)! Der Einsatz für ein Lotterielos ist in keinem Fall verloren: Selbst wenn Sie persönlich nichts gewinnen, so kommt der Erlös aus dem Loskauf in jedem Fall einem guten Zweck zugute.

Allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern wünschen wir schon heute viel Glück bei den Ziehungen!



Haben Sie noch Fragen?

Falls Sie weitere Fragen an uns haben oder uns Ideen und Anregungen, aber auch Wünsche mitteilen möchten, so stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Jetzt bleibt uns nur noch, Sie herzlich darum zu bitten, an der großen Untersuchung teilzunehmen.

Ihre Ansprechpartnerin bei TNS Infratest:

Andrea Gensicke
TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
Tel.: 089 / 5600 - 1399
E-Mail: andrea.gensicke@tns-infratest.com

Ihre Ansprechpartnerin im DIW Berlin:

Michaela Engelmann
DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
Tel.: 030 / 89789 - 292
E-Mail: mengelmann@diw.de

A.3 Kurzfragebogen Wohnumfelddaten

Fragen an den Interviewer für alle Haushalte	
1. Gab es bei der Kontaktaufnahme mit dem Haushalt Sprachprobleme?	
Nein, keine Sprachprobleme	<input type="checkbox"/>
Ja, gewisse Sprachprobleme	<input type="checkbox"/>
Ja, große Sprachprobleme	<input type="checkbox"/>
2. Wie würden Sie allgemein die Wohnlage beschreiben?	
Sehr gut, in gehobenem Zustand	<input type="checkbox"/>
Keine besonderen Auffälligkeiten, guter Zustand	<input type="checkbox"/>
Gemischter Eindruck, teilweise ungepflegter Zustand	<input type="checkbox"/>
Eher heruntergekommen, macht verwahrlosten Eindruck	<input type="checkbox"/>
3. Und wie würden Sie den Zustand des Hauses bewerten?	
Sehr gut, in gehobenem Zustand	<input type="checkbox"/>
Keine besonderen Auffälligkeiten, guter Zustand	<input type="checkbox"/>
Gemischter Eindruck, teilweise ungepflegter Zustand	<input type="checkbox"/>
Eher heruntergekommen, macht verwahrlosten Eindruck	<input type="checkbox"/>
4. Gab es besondere Zugangsprobleme zum Haus?	
Ja, durch Absperrungen oder verschlossenen Hauszugang	<input type="checkbox"/>
Ja, durch Sprechanlage	<input type="checkbox"/>
Ja, sonstiges, und zwar: <input type="text"/>	
Nein	<input type="checkbox"/>
5. Welches Gefühl hatten Sie hier in der Straße oder der Wohnanlage? Wie empfanden Sie es hier?	
Sehr sicher und angenehm	<input type="checkbox"/>
Überwiegend sicher und angenehm	<input type="checkbox"/>
Eher nicht sicher, eher unangenehm	<input type="checkbox"/>
Sehr unangenehm, teilweise bedrohlich	<input type="checkbox"/>

Zusätzliche Angaben für Haushalte, die nicht teilgenommen haben	
6. Wie würden Sie die Wohngegend hier beschreiben?	
Ein reines Wohngebiet mit überwiegend Altbauten	<input type="checkbox"/>
Ein reines Wohngebiet mit überwiegend Neubauten	<input type="checkbox"/>
Ein Mischgebiet mit Wohnungen und Geschäften bzw. Gewerbebetrieben	<input type="checkbox"/>
Ein Geschäftszentrum (Läden, Banken, Verwaltungen) mit wenigen Wohnungen ..	<input type="checkbox"/>
Ein Werbe- bzw. Industriegebiet mit wenigen Wohnungen	<input type="checkbox"/>
7. Um welchen Haustyp handelt es sich?	
Landwirtschaftliches Wohngebäude	<input type="checkbox"/>
Freistehendes Ein- / Zweifamilienhaus	<input type="checkbox"/>
Ein- / Zweifamilienhaus als Reihenhaus oder Doppelhaus	<input type="checkbox"/>
Wohnhaus mit 3 bis 4 Wohnungen	<input type="checkbox"/>
Wohnhaus mit 5 bis 8 Wohnungen	<input type="checkbox"/>
Wohnhaus mit 9 und mehr Wohnungen (aber höchstens 8 Stockwerken; also kein Hochhaus)	<input type="checkbox"/>
Hochhaus (9 und mehr Stockwerke)	<input type="checkbox"/>

Ich bestätige die ordnungsgemäße Durchführung der Interviews und die korrekte Übergabe der vorgesehenen Vergütungen:			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Datum	Abrechnungs-Nr.	Name des Interviewers (in Druckbuchstaben)	Unterschrift des Interviewers

B Anschreiben und Fragebogen zur Nonresponse-Nacherhebung

B.1 Anschreiben an die Befragten

Variante „Verweigerer – keine Incentivierung“

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

HNR

Name
Str
Ort

München, im Mai 2010

Sehr geehrte Dame/sehr geehrter Herr,

wir haben uns im letzten Jahr mit der Bitte an Ihren Haushalt gewandt, an unserer großangelegten Studie zum Leben in Deutschland teilzunehmen. Die wissenschaftliche Verantwortung für diese Studie liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch. Ihr Haushalt wurde damals zufällig für die Befragung ausgewählt.

Leider ist es uns nicht gelungen, Ihren Haushalt für unser Projekt zu gewinnen. Damit gehören Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe: Die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen, ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Mittlerweile liegt deren Anteil bei mehr als 50 %. Daraus ergibt sich eine folgenschwere Konsequenz: Aufgrund der rückläufigen Teilnahmebereitschaft verschlechtert sich die Qualität der Ergebnisse und damit die Aussagekraft für die Wissenschaft.

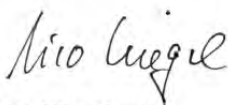
Um die Unterschiede bei den Lebensumständen der teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalte systematisch miteinander vergleichen zu können, haben wir diesem Schreiben einen Kurzfragebogen beigelegt. Mit Hilfe dieses Fragebogens werden lediglich wenige zentrale Informationen über Ihre Person und Ihren Haushalt erhoben. Wir bitten Sie, den Kurzfragebogen baldmöglichst auszufüllen und spätestens bis zum 7. Juni 2010 mit dem beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurückzuschicken. Dadurch leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Aussagekraft und Repräsentativität der wissenschaftlichen Umfrageergebnisse zu verbessern.

Als kleines Dankeschön haben wir diesem Schreiben eine Portocard mit zwei Briefmarken à 0,55 € für Ihren privaten Gebrauch beigelegt, unabhängig davon, ob Sie teilnehmen möchten oder nicht.

Selbstverständlich ist das Ausfüllen des Fragebogens freiwillig. Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich in anonymisierter Form ausgewertet. Ihre Adressdaten werden unabhängig von Ihrer Teilnahme an dieser Befragung gelöscht und wir werden Sie ohne Ihre Zustimmung auch nicht weiter kontaktieren.

Wir bedanken uns für Ihr Verständnis und würden uns über Ihr Mitwirken sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
Surveymanager
DIW Berlin

Variante „Verweigerer – 5 €“

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

HNR

Name
Str
Ort

München, im Mai 2010

Sehr geehrte Dame/sehr geehrter Herr,

wir haben uns im letzten Jahr mit der Bitte an Ihren Haushalt gewandt, an unserer großangelegten Studie zum Leben in Deutschland teilzunehmen. Die wissenschaftliche Verantwortung für diese Studie liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch. Ihr Haushalt wurde damals zufällig für die Befragung ausgewählt.

Leider ist es uns nicht gelungen, Ihren Haushalt für unser Projekt zu gewinnen. Damit gehören Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe: Die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen, ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Mittlerweile liegt deren Anteil bei mehr als 50 %. Daraus ergibt sich eine folgenschwere Konsequenz: Aufgrund der rückläufigen Teilnahmebereitschaft verschlechtert sich die Qualität der Ergebnisse und damit die Aussagekraft für die Wissenschaft.

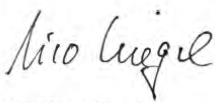
Um die Unterschiede bei den Lebensumständen der teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalte systematisch miteinander vergleichen zu können, haben wir diesem Schreiben einen Kurzfragebogen beigelegt. Mit Hilfe dieses Fragebogens werden lediglich wenige zentrale Informationen über Ihre Person und Ihren Haushalt erhoben. Wir bitten Sie, den Kurzfragebogen baldmöglichst auszufüllen und spätestens bis zum 7. Juni 2010 mit dem beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurückzuschicken. Dadurch leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Aussagekraft und Repräsentativität der wissenschaftlichen Umfrageergebnisse zu verbessern.

Als kleines Dankeschön haben wir diesem Schreiben eine Portocard mit zwei Briefmarken à 0,55 € für Ihren privaten Gebrauch beigelegt, unabhängig davon, ob Sie teilnehmen möchten oder nicht. Darüber hinaus erhalten Sie für die Teilnahme 5 Euro, die wir Ihnen nach Erhalt Ihres ausgefüllten Fragebogens zuschicken werden.

Selbstverständlich ist das Ausfüllen des Fragebogens freiwillig. Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich in anonymisierter Form ausgewertet. Ihre Adressdaten werden unabhängig von Ihrer Teilnahme an dieser Befragung gelöscht und wir werden Sie ohne Ihre Zustimmung auch nicht weiter kontaktieren.

Wir bedanken uns für Ihr Verständnis und würden uns über Ihr Mitwirken sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
Surveymanager
DIW Berlin

Variante „Verweigerer – 15 €“

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

HNR

Name:
Str:
Ort:

München, im Mai 2010

Sehr geehrte Dame/sehr geehrter Herr,

wir haben uns im letzten Jahr mit der Bitte an Ihren Haushalt gewandt, an unserer großangelegten Studie zum Leben in Deutschland teilzunehmen. Die wissenschaftliche Verantwortung für diese Studie liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch. Ihr Haushalt wurde damals zufällig für die Befragung ausgewählt.

Leider ist es uns nicht gelungen, Ihren Haushalt für unser Projekt zu gewinnen. Damit gehören Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe: Die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen, ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Mittlerweile liegt deren Anteil bei mehr als 50 %. Daraus ergibt sich eine folgenschwere Konsequenz: Aufgrund der rückläufigen Teilnahmebereitschaft verschlechtert sich die Qualität der Ergebnisse und damit die Aussagekraft für die Wissenschaft.

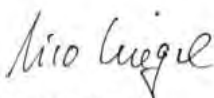
Um die Unterschiede bei den Lebensumständen der teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalte systematisch miteinander vergleichen zu können, haben wir diesem Schreiben einen Kurzfragebogen beigelegt. Mit Hilfe dieses Fragebogens werden lediglich wenige zentrale Informationen über Ihre Person und Ihren Haushalt erhoben. Wir bitten Sie, den Kurzfragebogen baldmöglichst auszufüllen und spätestens bis zum 7. Juni 2010 mit dem beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurückzuschicken. Dadurch leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Aussagekraft und Repräsentativität der wissenschaftlichen Umfrageergebnisse zu verbessern.

Als kleines Dankeschön haben wir diesem Schreiben eine Portocard mit zwei Briefmarken à 0,55 € für Ihren privaten Gebrauch beigelegt, unabhängig davon, ob Sie teilnehmen möchten oder nicht. Darüber hinaus erhalten Sie für die Teilnahme 15 Euro, die wir Ihnen nach Erhalt Ihres ausgefüllten Fragebogens zuschicken werden.

Selbstverständlich ist das Ausfüllen des Fragebogens freiwillig. Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich in anonymisierter Form ausgewertet. Ihre Adressdaten werden unabhängig von Ihrer Teilnahme an dieser Befragung gelöscht und wir werden Sie ohne Ihre Zustimmung auch nicht weiter kontaktieren.

Wir bedanken uns für Ihr Verständnis und würden uns über Ihr Mitwirken sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
Surveymanager
DIW Berlin

Variante „Nicht erreicht – keine Incentivierung“

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

HNR

Name
Str
Ort

München, im Mai 2010

Sehr geehrte Dame/sehr geehrter Herr,

wir haben uns im letzten Jahr mit der Bitte an Ihren Haushalt gewandt, an unserer großangelegten Studie zum Leben in Deutschland teilzunehmen. Die wissenschaftliche Verantwortung für diese Studie liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch. Ihr Haushalt wurde damals zufällig für die Befragung ausgewählt.

Leider konnte unser Interviewer/unsere Interviewerin niemanden in Ihrem Haushalt erreichen. Damit gehören Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe: Die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen bzw. gar nicht erst erreicht werden, ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Daraus ergibt sich eine folgenschwere Konsequenz: Aufgrund der rückläufigen Teilnahmequoten verschlechtert sich die Qualität der Ergebnisse und damit die Aussagekraft für die Wissenschaft.

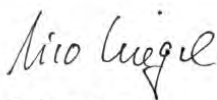
Um die Unterschiede bei den Lebensumständen der teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalte systematisch miteinander vergleichen zu können, haben wir diesem Schreiben einen Kurzfragebogen beigelegt. Mit Hilfe dieses Fragebogens werden ein paar wenige zentrale Informationen über Ihre Person und Ihren Haushalt erhoben. Wir bitten Sie, den Kurzfragebogen baldmöglichst auszufüllen und spätestens bis zum 7. Juni 2010 mit dem beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurückzuschicken. Dadurch leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Aussagekraft und Repräsentativität der wissenschaftlichen Umfrageergebnisse zu verbessern.

Als kleines Dankeschön haben wir diesem Schreiben eine Portocard mit zwei Briefmarken à 0,55 € für Ihren privaten Gebrauch beigelegt, unabhängig davon, ob Sie teilnehmen möchten oder nicht.

Selbstverständlich ist das Ausfüllen des Fragebogens freiwillig. Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich in anonymisierter Form ausgewertet. Ihre Adressdaten werden unabhängig von Ihrer Teilnahme an dieser Befragung gelöscht, und wir werden Sie ohne Ihre Zustimmung auch nicht weiter kontaktieren.

Wir bedanken uns für Ihr Verständnis und würden uns über Ihr Mitwirken sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
Surveymanager
DIW Berlin

Variante „Nicht erreicht – 5 €“

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

HNR

Name
Str
Ort

München, im Mai 2010

Sehr geehrte Dame/sehr geehrter Herr,

wir haben uns im letzten Jahr mit der Bitte an Ihren Haushalt gewandt, an unserer großangelegten Studie zum Leben in Deutschland teilzunehmen. Die wissenschaftliche Verantwortung für diese Studie liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch. Ihr Haushalt wurde damals zufällig für die Befragung ausgewählt.

Leider konnte unser Interviewer/unsere Interviewerin niemanden in Ihrem Haushalt erreichen. Damit gehören Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe: Die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen bzw. gar nicht erst erreicht werden, ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Daraus ergibt sich eine folgenschwere Konsequenz: Aufgrund der rückläufigen Teilnahmequoten verschlechtert sich die Qualität der Ergebnisse und damit die Aussagekraft für die Wissenschaft.

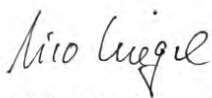
Um die Unterschiede bei den Lebensumständen der teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalte systematisch miteinander vergleichen zu können, haben wir diesem Schreiben einen Kurzfragebogen beigelegt. Mit Hilfe dieses Fragebogens werden ein paar wenige zentrale Informationen über Ihre Person und Ihren Haushalt erhoben. Wir bitten Sie, den Kurzfragebogen baldmöglichst auszufüllen und spätestens bis zum 7. Juni 2010 mit dem beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurückzuschicken. Dadurch leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Aussagekraft und Repräsentativität der wissenschaftlichen Umfrageergebnisse zu verbessern.

Als kleines Dankeschön haben wir diesem Schreiben eine Portocard mit zwei Briefmarken à 0,55 € für Ihren privaten Gebrauch beigelegt, unabhängig davon, ob Sie teilnehmen möchten oder nicht. Darüber hinaus erhalten Sie für die Teilnahme 5 Euro, die wir Ihnen nach Erhalt Ihres ausgefüllten Fragebogens zuschicken werden.

Selbstverständlich ist das Ausfüllen des Fragebogens freiwillig. Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich in anonymisierter Form ausgewertet. Ihre Adressdaten werden unabhängig von Ihrer Teilnahme an dieser Befragung gelöscht, und wir werden Sie ohne Ihre Zustimmung auch nicht weiter kontaktieren.

Wir bedanken uns für Ihr Verständnis und würden uns über Ihr Mitwirken sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
Surveymanager
DIW Berlin

Variante „Nicht in der Lage – keine Incentivierung“

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

HNR

Name
Str
Ort

München, im Mai 2010

Sehr geehrte Dame/sehr geehrter Herr,

wir haben uns im letzten Jahr mit der Bitte an Ihren Haushalt gewandt, an unserer großangelegten Studie zum Leben in Deutschland teilzunehmen. Die wissenschaftliche Verantwortung für diese Studie liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch. Ihr Haushalt wurde damals zufällig für die Befragung ausgewählt.

Von unserem für Ihren Haushalt eingesetzten Interviewer bzw. der Interviewerin erfuhren wir, dass Sie aus gesundheitlichen oder anderen Gründen leider nicht an der Umfrage teilnehmen konnten. Damit gehören Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe: Die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen, ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Daraus ergibt sich eine folgenschwere Konsequenz: Aufgrund der rückläufigen Teilnahmequoten verschlechtert sich die Qualität der Ergebnisse und damit die Aussagekraft für die Wissenschaft.

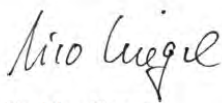
Um die Unterschiede bei den Lebensumständen der teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalte systematisch miteinander vergleichen zu können, haben wir diesem Schreiben einen Kurzfragebogen beigelegt. Mit Hilfe dieses Fragebogens werden lediglich ein paar wenige zentrale Informationen über Ihre Person und Ihren Haushalt erhoben. Wir bitten Sie, den Kurzfragebogen baldmöglichst auszufüllen und spätestens bis zum 7. Juni 2010 mit dem beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurückzuschicken. Dadurch leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Aussagekraft und Repräsentativität der wissenschaftlichen Umfrageergebnisse zu verbessern.

Als kleines Dankeschön haben wir diesem Schreiben eine Portocard mit zwei Briefmarken à 0,55 € für Ihren privaten Gebrauch beigelegt, unabhängig davon, ob Sie teilnehmen möchten oder nicht.

Selbstverständlich ist das Ausfüllen des Fragebogens freiwillig. Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich in anonymisierter Form ausgewertet. Ihre Adressdaten werden unabhängig von Ihrer Teilnahme an dieser Befragung gelöscht und wir werden Sie ohne Ihre Zustimmung auch nicht weiter kontaktieren.

Wir bedanken uns für Ihr Verständnis und würden uns über Ihr Mitwirken sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
Surveymanager
DIW Berlin

Variante „Nicht in der Lage – 5 €“

TNS Infratest Sozialforschung GmbH
Landsberger Str. 338
80687 München
☎ 089 / 5600 - 1414
Ihr Ansprechpartner: Herr Huber

DIW Berlin
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
☎ 030 / 89789 - 292
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Engelmann

HNR

Name
Str
Ort

München, im Mai 2010

Sehr geehrte Dame/sehr geehrter Herr,

wir haben uns im letzten Jahr mit der Bitte an Ihren Haushalt gewandt, an unserer großangelegten Studie zum Leben in Deutschland teilzunehmen. Die wissenschaftliche Verantwortung für diese Studie liegt beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Das Umfrageinstitut TNS Infratest Sozialforschung führt die Befragung durch. Ihr Haushalt wurde damals zufällig für die Befragung ausgewählt.

Von unserem für Ihren Haushalt eingesetzten Interviewer bzw. der Interviewerin erfuhren wir, dass Sie aus gesundheitlichen oder anderen Gründen leider nicht an der Umfrage teilnehmen konnten. Damit gehören Sie zu einer immer größer werdenden Bevölkerungsgruppe: Die Anzahl der Haushalte, die aus den verschiedensten Gründen nicht an wissenschaftlichen Umfragen teilnehmen, ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Daraus ergibt sich eine folgenschwere Konsequenz: Aufgrund der rückläufigen Teilnahmequoten verschlechtert sich die Qualität der Ergebnisse und damit die Aussagekraft für die Wissenschaft.

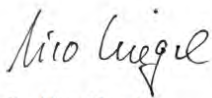
Um die Unterschiede bei den Lebensumständen der teilnehmenden und nicht teilnehmenden Haushalte systematisch miteinander vergleichen zu können, haben wir diesem Schreiben einen Kurzfragebogen beigelegt. Mit Hilfe dieses Fragebogens werden lediglich ein paar wenige zentrale Informationen über Ihre Person und Ihren Haushalt erhoben. Wir bitten Sie, den Kurzfragebogen baldmöglichst auszufüllen und spätestens bis zum 7. Juni 2010 mit dem beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurückzuschicken. Dadurch leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Aussagekraft und Repräsentativität der wissenschaftlichen Umfrageergebnisse zu verbessern.

Als kleines Dankeschön haben wir diesem Schreiben eine Portocard mit zwei Briefmarken à 0,55 € für Ihren privaten Gebrauch beigelegt, unabhängig davon, ob Sie teilnehmen möchten oder nicht. Darüber hinaus erhalten Sie für die Teilnahme 5 Euro, die wir Ihnen nach Erhalt Ihres ausgefüllten Fragebogens zuschicken werden.

Selbstverständlich ist das Ausfüllen des Fragebogens freiwillig. Alle Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich in anonymisierter Form ausgewertet. Ihre Adressdaten werden unabhängig von Ihrer Teilnahme an dieser Befragung gelöscht und wir werden Sie ohne Ihre Zustimmung auch nicht weiter kontaktieren.

Wir bedanken uns für Ihr Verständnis und würden uns über Ihr Mitwirken sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Nico Siegel
Bereichsleiter
TNS Infratest Sozialforschung



Prof. Dr. Jürgen Schupp
Surveymanager
DIW Berlin

B.2 Fragebogen

Version „Verweigerer“

TNS Infratest Sozialforschung
Landsberger Str. 338
80687 München
Tel.: 089/5600 - 1414

Umfrage zum Leben in Deutschland 2010

Kurzbefragung für nicht teilnehmende Haushalte

Wenn möglich, sollte **diejenige Person den Fragebogen ausfüllen, die Kontakt mit dem Ihren Haushalt betreuenden Interviewer hatte**. Ist dies nicht möglich, darf gerne eine andere Person im Haushalt, die **17 Jahre oder älter ist**, den Fragebogen ausfüllen.

Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa **10 bis 15 Minuten** Zeit in Anspruch nehmen.

Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen bis **spätestens 7.6.2010** mit dem **beigelegten portofreien Rückumschlag** an uns zurück.

1. **Sind Sie ...?**

männlich

weiblich

2. **Dürfen wir nach Ihrem Geburtsjahr fragen?**

Geburtsjahr

Unsere nächsten Fragen beziehen sich auf diesen Haushalt als ganzen.

3a. **Wie viele Personen leben derzeit in Ihrem Haushalt, einschließlich Kindern und Ihnen selbst?**

3b. **Wie viele davon sind 16 Jahre und älter?**

4. **Wie ist Ihr Familienstand?**

Verheiratet, mit Ehepartner zusammenlebend **Sie springen auf Frage 7!**

Verheiratet, dauernd getrennt lebend

Ledig

Geschieden

Verwitwet

5. **Haben Sie derzeit eine feste Partnerschaft?**

Ja **Sie springen auf Frage 7!**

Nein

6. **Wohnt Ihr Partner/Ihre Partnerin hier im Haushalt?**

Ja

Nein

7. **Welchen Schulabschluss haben Sie?**

Noch keinen Abschluss, gehe noch zur Schule

Schule ohne Abschluss verlassen

Volks-/Hauptschulabschluss (DDR: 8. Klasse)

Realschulabschluss/Mittlere Reife (DDR: 10. Klasse) ...

Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule) ...

Abitur/Hochschulreife

Sonstiger Schulabschluss

8. Haben Sie eine Berufsausbildung oder ein Studium abgeschlossen?

Ja Nein → **Sie springen auf Frage 10!**

↓

9. Was für ein Ausbildungs- oder Studienabschluss ist das?

Mehrfachnennungen möglich!

Lehre (DDR: Facharbeiterabschluss)

Berufsfachschule, Handelsschule, Schule des Gesundheitswesens

Fachschule, z. B. Meister-, Technikerabschluss

Beamtenausbildung

Fachhochschule, Berufsakademie (früher: auch Ingenieurschule, Lehrerbildung, DDR: Ingenieur- und Fachschulabschluss)

Universitäts-, Hochschulabschluss

Sonstiger Abschluss

10. Sind Sie zur Zeit beim Arbeitsamt arbeitslos gemeldet?

Nein Ja → **Sie springen auf Frage 12!**

↓

11. Üben Sie derzeit eine Erwerbstätigkeit aus?
Was trifft für Sie zu?

Rentner mit Arbeitsvertrag gelten hier als erwerbstätig.

In Vollzeitbeschäftigung

In Teilzeitbeschäftigung

In betrieblicher Ausbildung/Lehre
oder betrieblicher Umschulung

Geringfügig oder unregelmäßig erwerbstätig

Als Wehrpflichtiger beim Wehrdienst

Zivildienstleistender/Freiwilliges soziales Jahr

Nicht erwerbstätig

12. Wenn man einmal alle Einkünfte zusammennimmt:
Wie hoch ist insgesamt das monatliche Haushaltseinkommen aller Haushaltsmitglieder derzeit?

Bitte geben Sie den monatlichen Netto-Betrag an, also nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben.
Regelmäßige Zahlungen wie Renten, Wohngeld, Kindergeld, BAföG, Unterhaltszahlungen usw.
rechnen Sie bitte dazu!

Bis zu 699 Euro

700 – 1099 Euro

1100 – 1699 Euro

1700 – 2599 Euro

2600 – 3599 Euro

3600 – 4999 Euro

mehr als 5000 Euro


13. Ist Deutsch Ihre Muttersprache?

Ja Nein

14. Haben Sie die deutsche Staatsangehörigkeit?

Ja Nein


15. Im Folgenden nennen wir verschiedene Eigenschaften, die eine Person haben kann. Wahrscheinlich werden einige Eigenschaften auf Sie persönlich voll zutreffen und andere überhaupt nicht. Bei wieder anderen sind Sie vielleicht unentschieden.

 Antworten Sie bitte anhand der folgenden Skala.
Der Wert 1 bedeutet: **trifft überhaupt nicht zu.**
Der Wert 7 bedeutet: **trifft voll zu.**
Mit den Werten zwischen 1 und 7 können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Ich bin jemand, der ...	Trifft überhaupt nicht zu							Trifft voll zu
	1	2	3	4	5	6	7	
- gründlich arbeitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- kommunikativ, gesprächig ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- manchmal etwas grob zu anderen ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- originell ist, neue Ideen einbringt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- sich oft Sorgen macht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- verzeihen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- eher faul ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- aus sich herausgehen kann, gesellig ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- künstlerische, ästhetische Erfahrungen schätzt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- leicht nervös wird	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- Aufgaben wirksam und effizient erledigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- zurückhaltend ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- rücksichtsvoll und freundlich mit anderen umgeht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- eine lebhafte Phantasie, Vorstellungen hat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- entspannt ist, mit Stress gut umgehen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- wissbegierig ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

16. Wie schätzen Sie sich persönlich ein:

Sind Sie im allgemeinen ein risikobereiter Mensch oder versuchen Sie, Risiken zu vermeiden?

 Bitte kreuzen Sie ein Kästchen auf der Skala an, wobei der Wert 0 bedeutet: „gar nicht risikobereit“ und der Wert 10: „sehr risikobereit“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Einschätzung abstimmen.

Gar nicht risikobereit	Sehr risikobereit									
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>										
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10										

Nun zu Ihrer Wohngegend:

17. Für wie sicher halten Sie die Gegend, in der Sie wohnen?

Für ...

- sehr sicher
- ziemlich sicher
- ziemlich unsicher
- sehr unsicher

18. Wie eng ist Ihr Kontakt zu Ihren Nachbarn hier im Haus oder in der Wohngegend?

- Sehr eng
- Eng
- Mittel
- Nur flüchtig
- Gar kein Kontakt

19. Welche der folgenden Tätigkeiten üben Sie in Ihrer Freizeit aus?

Geben Sie bitte zu jeder Tätigkeit an, wie oft Sie das machen:
jede Woche, jeden Monat, seltener oder nie?

	Jede Woche	Jeden Monat	Seltener	Nie
Besuch von kulturellen Veranstaltungen, z. B. Konzerten, Theatern, Vorträgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinobesuch, Besuch von Popkonzerten, Tanz- veranstaltungen, Discos, Sportveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktiver Sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Künstlerische und musische Tätigkeiten (Musizieren, Tanzen, Theater, Malen, Fotografieren)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geselligkeit mit Freunden, Verwandten oder Nachbarn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mithelfen, wenn bei Freunden, Verwandten oder Nachbarn etwas zu tun ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ehrenamtliche Tätigkeiten in Vereinen, Verbänden oder sozialen Diensten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beteiligung in Bürgerinitiativen, in Parteien, in der Kommunalpolitik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirchgang, Besuch religiöser Veranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Einmal ganz allgemein gesprochen:
Wie stark interessieren Sie sich für Politik?

- Sehr stark
- Stark
- Nicht so stark
- Überhaupt nicht

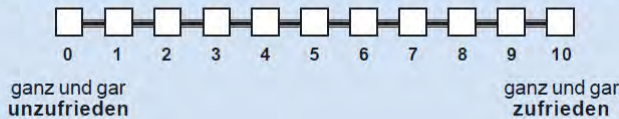
21. Wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre, würden Sie dann zur Wahl gehen?

- Auf jeden Fall
- Wahrscheinlich
- Vielleicht
- Wahrscheinlich nicht
- Auf keinen Fall
- Bin nicht wahlberechtigt

22. Nun möchten wir Sie noch nach Ihrer Zufriedenheit mit Ihrem Leben insgesamt fragen.

☞ Antworten Sie bitte wieder anhand der folgenden Skala, bei der 0 „ganz und gar unzufrieden“, 10 „ganz und gar zufrieden“ bedeutet.

Wie zufrieden sind Sie gegenwärtig, alles in allem, mit Ihrem Leben?



Abschließend interessieren wir uns dafür, wie das bei der Umfrage zum Leben in Deutschland war, an der Ihr Haushalt nicht teilgenommen hat.

23. Waren Sie die Person, die uns bzw. dem Interviewer mitgeteilt hat, dass Ihr Haushalt nicht teilnehmen wird, oder war das eine andere Person in Ihrem Haushalt?

- Das war ich selbst
- Das war eine andere Person im Haushalt
- Das trifft nicht zu, weil:
 - Mein Haushalt hat zwar das ursprüngliche Anschreiben erhalten, es hat sich aber nie ein Interviewer gemeldet
 - Ich kann mich an diese Umfrage überhaupt nicht erinnern

Sie springen auf Frage 25!

24. Was waren die Gründe dafür, dass Sie nicht an der Umfrage teilnehmen wollten bzw. konnten? Bitte geben Sie bei jedem der aufgeführten Gründe an, ob dieser überhaupt nicht zutrifft, eher nicht zutrifft, eher zutrifft oder voll und ganz zutrifft.

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft eher nicht zu	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
Ich nehme grundsätzlich nicht an Umfragen teil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Interviewer konnte mich vom Sinn und Zweck dieser Umfrage nicht überzeugen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich wollte nicht, dass der Interviewer mich zuhause aufsucht ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich hatte keine Zeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich konnte aus gesundheitlichen Gründen nicht teilnehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir erschien der Aufwand für die Teilnahme an der Befragung als zu groß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Im Verhältnis zum Aufwand, an der Befragung teilzunehmen, erschienen mir die angekündigten Geschenke nicht angemessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Interviewer war unfreundlich, wirkte unsympathisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Gründe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
und zwar:				

25. Wie ist das mit Umfragen im Allgemeinen? Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

☞ Antworten Sie bitte anhand der folgenden Skala. Der Wert 1 bedeutet: „stimme überhaupt nicht zu“. Der Wert 7 bedeutet: „stimme voll und ganz zu“. Mit den Werten zwischen 1 und 7 können Sie Ihre Meinung abstimmen.

	Stimme überhaupt nicht zu					Stimme voll und ganz zu	
	1	2	3	4	5	6	7
Ich beantworte generell nur Fragebögen, die ich per Post oder E-Mail erhalte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich finde Umfragen generell sehr interessant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich erhalte zu viele Aufforderungen, an Umfragen teilzunehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umfragen sind ein Eingriff in meine Privatsphäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die in Umfragen gewonnenen Informationen sind ein wichtiger Beitrag für Wissenschaft und Gesellschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist mir zu anstrengend, so viele Fragen bei einer Umfrage zu beantworten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Teilnahme an Umfragen ist reine Zeitverschwendung ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umfragen sind ein großer Schritt in Richtung „Gläserner Bürger“: Man kann sich nie ganz sicher sein, ob der Datenschutz wirklich eingehalten wird	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zum Schluss hätten wir noch eine Bitte:

Bei unserer Umfrage zur Lebenssituation in Deutschland handelt es sich um eine große Langzeitstudie, die jährlich durchgeführt wird. Die Befragung des Jahres 2010 beginnt im August. Dürfen wir Sie im Rahmen dieser Erhebung wieder kontaktieren und Ihnen die Einladung zu unserer Befragung zum Leben in Deutschland zuschicken?

Selbstverständlich respektieren wir, wenn Sie endgültig nicht an der Umfrage teilnehmen möchten. Wir werden Sie in diesem Fall nicht wieder kontaktieren.

Ja, ich möchte die Einladung zur Befragung zugeschickt bekommen

Nein, ich möchte im Rahmen dieser Studie nicht mehr kontaktiert werden und meine Adressdaten sollen gelöscht werden

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Version „Nicht erreicht/nicht in der Lage“

TNS Infratest Sozialforschung
Landsberger Str. 338
80687 München
Tel.: 089/5600 - 1414

Umfrage zum Leben in Deutschland 2010

Kurzbefragung für nicht teilnehmende Haushalte

Der Fragebogen sollte von einer Person in Ihrem Haushalt ausgefüllt werden,
die **17 Jahre oder älter** ist.

Das Bearbeiten des Fragebogens wird etwa **10 bis 15 Minuten** Zeit in Anspruch nehmen.

Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen bis **spätestens 7.6.2010** mit dem
beigelegten portofreien Rückumschlag an uns zurück.

1. Sind Sie ...?

männlich

weiblich

2. Dürfen wir nach Ihrem Geburtsjahr fragen?

Geburtsjahr

Unsere nächsten Fragen beziehen sich auf diesen Haushalt als ganzen.

3a. Wie viele Personen leben derzeit in Ihrem Haushalt, einschließlich Kindern und Ihnen selbst?

3b. Wie viele davon sind 16 Jahre und älter?

4. Wie ist Ihr Familienstand?

Verheiratet, mit Ehepartner zusammenlebend **Sie springen auf Frage 7!**

Verheiratet, dauernd getrennt lebend

Ledig

Geschieden

Verwitwet

5. Haben Sie derzeit eine feste Partnerschaft?

Ja **Sie springen auf Frage 7!**

Nein

6. Wohnt Ihr Partner/Ihre Partnerin hier im Haushalt?

Ja

Nein

7. Welchen Schulabschluss haben Sie?

Noch keinen Abschluss, gehe noch zur Schule

Schule ohne Abschluss verlassen

Volks-/Hauptschulabschluss (DDR: 8. Klasse)

Realschulabschluss/Mittlere Reife (DDR: 10. Klasse) ...

Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule) ...

Abitur/Hochschulreife

Sonstiger Schulabschluss

8. **Haben Sie eine Berufsausbildung oder ein Studium abgeschlossen?**
 Ja Nein → **Sie springen auf Frage 10!**
 ↓

9. **Was für ein Ausbildungs- oder Studienabschluss ist das?**
 ☞ *Mehrfachnennungen möglich!*

Lehre (DDR: Facharbeiterabschluss)

Berufsfachschule, Handelsschule, Schule des Gesundheitswesens

Fachschule, z. B. Meister-, Technikerabschluss

Beamtenausbildung

Fachhochschule, Berufsakademie (früher: auch Ingenieurschule,
 Lehrerbildung, DDR: Ingenieur- und Fachschulabschluss)

Universitäts-, Hochschulabschluss

Sonstiger Abschluss

10. **Sind Sie zur Zeit beim Arbeitsamt arbeitslos gemeldet?**
 Nein Ja → **Sie springen auf Frage 12!**
 ↓

11. **Üben Sie derzeit eine Erwerbstätigkeit aus?**
Was trifft für Sie zu?
 ☞ *Rentner mit Arbeitsvertrag gelten hier als erwerbstätig.*

In Vollzeitbeschäftigung

In Teilzeitbeschäftigung

In betrieblicher Ausbildung/Lehre
 oder betrieblicher Umschulung

Geringfügig oder unregelmäßig erwerbstätig

Als Wehrpflichtiger beim Wehrdienst

Zivildienstleistender/Freiwilliges soziales Jahr

Nicht erwerbstätig

12. **Wenn man einmal alle Einkünfte zusammennimmt:**
Wie hoch ist insgesamt das monatliche Haushaltseinkommen aller Haushaltsmitglieder derzeit?
 ☞ *Bitte geben Sie den monatlichen Netto-Betrag an, also nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben.
 Regelmäßige Zahlungen wie Renten, Wohngeld, Kindergeld, BAföG, Unterhaltszahlungen usw.
 rechnen Sie bitte dazu!*

Bis zu 699 Euro

700 – 1099 Euro

1100 – 1699 Euro

1700 – 2599 Euro

2600 – 3599 Euro

3600 – 4999 Euro

mehr als 5000 Euro


13. Ist Deutsch Ihre Muttersprache?

Ja Nein

14. Haben Sie die deutsche Staatsangehörigkeit?

Ja Nein


15. Im Folgenden nennen wir verschiedene Eigenschaften, die eine Person haben kann. Wahrscheinlich werden einige Eigenschaften auf Sie persönlich voll zutreffen und andere überhaupt nicht. Bei wieder anderen sind Sie vielleicht unentschieden.

 Antworten Sie bitte anhand der folgenden Skala.
 Der Wert 1 bedeutet: **trifft überhaupt nicht zu.**
 Der Wert 7 bedeutet: **trifft voll zu.**
 Mit den Werten zwischen 1 und 7 können Sie Ihre Meinung abstimmen.

Ich bin jemand, der ...	Trifft überhaupt nicht zu							Trifft voll zu
	1	2	3	4	5	6	7	
– gründlich arbeitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– kommunikativ, gesprächig ist.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– manchmal etwas grob zu anderen ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– originell ist, neue Ideen einbringt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– sich oft Sorgen macht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– verzeihen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– eher faul ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– aus sich herausgehen kann, gesellig ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– künstlerische, ästhetische Erfahrungen schätzt.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– leicht nervös wird	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– Aufgaben wirksam und effizient erledigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– zurückhaltend ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– rücksichtsvoll und freundlich mit anderen umgeht.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– eine lebhaft Phantasie, Vorstellungen hat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– entspannt ist, mit Stress gut umgehen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
– wissbegierig ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

16. Wie schätzen Sie sich persönlich ein:

Sind Sie im allgemeinen ein risikobereiter Mensch oder versuchen Sie, Risiken zu vermeiden?

 Bitte kreuzen Sie ein Kästchen auf der Skala an, wobei der Wert 0 bedeutet: „gar nicht risikobereit“ und der Wert 10: „sehr risikobereit“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Einschätzung abstimmen.

Gar nicht risikobereit
Sehr risikobereit

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nun zu Ihrer Wohngegend:

17. Für wie sicher halten Sie die Gegend, in der Sie wohnen?

Für ...

- sehr sicher
- ziemlich sicher
- ziemlich unsicher
- sehr unsicher

18. Wie eng ist Ihr Kontakt zu Ihren Nachbarn hier im Haus oder in der Wohngegend?

- Sehr eng
- Eng
- Mittel
- Nur flüchtig
- Gar kein Kontakt

19. Welche der folgenden Tätigkeiten üben Sie in Ihrer Freizeit aus?
Geben Sie bitte zu jeder Tätigkeit an, wie oft Sie das machen:
jede Woche, jeden Monat, seltener oder nie?

	Jede Woche	Jeden Monat	Seltener	Nie
Besuch von kulturellen Veranstaltungen, z. B. Konzerten, Theatern, Vorträgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinobesuch, Besuch von Popkonzerten, Tanz- veranstaltungen, Discos, Sportveranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktiver Sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Künstlerische und musische Tätigkeiten (Musizieren, Tanzen, Theater, Malen, Fotografieren)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geselligkeit mit Freunden, Verwandten oder Nachbarn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mithelfen, wenn bei Freunden, Verwandten oder Nachbarn etwas zu tun ist	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ehrenamtliche Tätigkeiten in Vereinen, Verbänden oder sozialen Diensten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beteiligung in Bürgerinitiativen, in Parteien, in der Kommunalpolitik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirchgang, Besuch religiöser Veranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Einmal ganz allgemein gesprochen:
Wie stark interessieren Sie sich für Politik?

Sehr stark

Stark

Nicht so stark

Überhaupt nicht

21. Wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre, würden Sie dann zur Wahl gehen?


Auf jeden Fall

Wahrscheinlich

Vielleicht

Wahrscheinlich nicht

Auf keinen Fall Bin nicht wahlberechtigt ...


22. Nun möchten wir Sie noch nach Ihrer Zufriedenheit mit Ihrem Leben insgesamt fragen.
 Antworten Sie bitte wieder anhand der folgenden Skala, bei der der 0 „ganz und gar unzufrieden“, 10 „ganz und gar zufrieden“ bedeutet.

Wie zufrieden sind Sie gegenwärtig, alles in allem, mit Ihrem Leben?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ganz und gar unzufrieden ganz und gar zufrieden

23. Abschließend haben wir noch eine Frage zu Umfragen im Allgemeinen?
Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

 Antworten Sie bitte anhand der folgenden Skala. Der Wert 1 bedeutet: „stimme überhaupt nicht zu“. Der Wert 7 bedeutet: „stimme voll und ganz zu“. Mit den Werten zwischen 1 und 7 können Sie Ihre Meinung abstufen.

	Stimme überhaupt nicht zu			Stimme voll und ganz zu			
	1	2	3	4	5	6	7
Ich beantworte generell nur Fragebögen, die ich per Post oder E-Mail erhalte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich finde Umfragen generell sehr interessant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich erhalte zu viele Aufforderungen, an Umfragen teilzunehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umfragen sind ein Eingriff in meine Privatsphäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die in Umfragen gewonnenen Informationen sind ein wichtiger Beitrag für Wissenschaft und Gesellschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist mir zu anstrengend, so viele Fragen bei einer Umfrage zu beantworten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Teilnahme an Umfragen ist reine Zeitverschwendung ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umfragen sind ein großer Schritt in Richtung „Gläserner Bürger“: Man kann sich nie ganz sicher sein, ob der Datenschutz wirklich eingehalten wird	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zum Schluss hätten wir noch eine Bitte:

Die nächste Befragung zum Leben in Deutschland beginnt im August 2010.

Dürfen wir Ihnen die Einladung zu dieser Befragung zuschicken?

Bitte berücksichtigen Sie bei Ihrer Entscheidung: Nur wenn möglichst alle der ursprünglich zufällig ausgewählten Haushalte teilnehmen, kann ein zutreffendes Bild der Lebenssituation in Deutschland entstehen.

Ja, ich möchte die Einladung zur Befragung zugeschickt bekommen

Nein, ich möchte im Rahmen dieser Studie nicht mehr kontaktiert werden und meine Adressdaten sollen gelöscht werden

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!