

ZUMA-Arbeitsbericht 96/07

Ausschöpfungen
bei sozialwissenschaftlichen Umfragen.
Die Sicht der Institute.

Rolf Porst
September 1996

ZUMA
Quadrat B2,1
Postfach 12 21 55
D-68072 Mannheim

Telefon: (0621) 12 46 - 228
Telefax: (0621) 12 46 - 100
E-mail: Porst@zuma-mannheim.de

Inhalt

1.	Problemstellung des Berichts	3
2.	Der Begriff "Ausschöpfungen"	4
2.1	Wissenschaftliche Problematik	6
2.2	Professionspolitische Dimension	8
3.	Annäherung aus der ZUMA-Perspektive.....	10
3.1	Persönlich-mündliche Befragungen.....	10
3.2	Postalische und schriftliche Befragungen.....	11
3.3	Telefonische Befragungen	12
4.	Die Sicht der Institute	12
4.1	Übersicht über die Institute	14
4.2	Synopse - Gemeinsamkeiten und Unterschiede	15
5.	Fazit	41
	Literatur	45
	Anhang 1: Leitfaden	47
	Anhang 2: Die Stellungnahmen der Institute.....	50

1. Problemstellung des Berichts

Im Oktober 1993 erschien der ZUMA-Arbeitsbericht 93/12 „Ausschöpfungen bei sozialwissenschaftlichen Umfragen. Annäherung aus der ZUMA-Perspektive“ (Porst 1993). Dieser Bericht hatte sich die Aufgabe gestellt, einen empirisch gestützten Überblick über Ausschöpfungen in sozialwissenschaftlichen Umfragen auf der Basis derjenigen Erfahrungen zu geben, die bei ZUMA gemacht worden sind.

Es lag auf der Hand, daß ein Thema wie „Ausschöpfungen“, das nicht nur wissenschaftlich, sondern auch professionspolitisch nicht unproblematisch, um nicht zu sagen eher brisant ist (vgl. z.B. Anders 1985, Jung 1989, Schnell 1991, Landgrebe 1992, Koch 1993, von Rosenblatt 1994, Diekmann 1995), durch die Erfahrungen bei ZUMA nicht erschöpfend und ein für allemal abschließend zu behandeln war. Insbesondere die kommerziellen Meinungs- und Umfrageinstitute mußten sich zu Worte melden und gehört werden, wenn es um Fragen ging wie:

- Gibt es empirische Belege dafür, daß die Ausschöpfungen bei Umfragen in der Tat - wie oft behauptet - generell im Sinken begriffen sind?
- Sinkt die Befragungsbereitschaft der Bevölkerung tatsächlich, und wir können nichts dagegen tun, weil die soziale Realität nun einmal so ist, wie sie ist?
- Wenn dem so ist: Was sind die Gründe für die sinkende Befragungsbereitschaft der Bevölkerung?
- Oder sinken die Ausschöpfungen nur und vor allem deshalb, weil sich die Institute (wegen zu hoher Kosten oder zu großem Aufwand) eher weniger Mühe machen, ein Feld voll ausschöpfen zu lassen?
- Reduziert sich das Klagen von Instituten (z. B. Anders 1985, S. 75ff) über sinkende Ausschöpfungen möglicherweise auf ein nicht oder nur bedingt begründetes und begründbares Lamentieren, mit dem die Institute möglicherweise vorsorglich Absicherung betreiben, falls wirklich mal ein Feld danebengeht?

Wie damals gilt auch noch heute: „Eine Antwort auf diese Fragen ist ohne intensive Diskussion mit den Umfrageinstituten nicht möglich“ (Porst 1993, S. 9). Von daher verstand sich der ZUMA-Arbeitsbericht 93/12 auch lediglich als Zwischenstand der Überlegungen, der durch differenzierende Stellungnahmen insbesondere der Umfrageinstitute bereichert werden mußte.

Der jetzt vorliegende Bericht geht einen Schritt weiter in der Diskussion mit den Umfrageinstituten und damit in Richtung einer verstärkten, aber auch erforderlichen Sichtbarmachung der

Feldgeschehnisse und Feldprobleme bei der Durchführung von (sozialwissenschaftlichen) Umfragen.¹

Neben der Annäherung aus der ZUMA-Perspektive - die wichtigsten Ergebnisse des ZUMA-Arbeitsberichtes 93/12 sind unter Punkt 3 des vorliegenden Berichtes kurz zusammengefaßt - finden sich hier die Positionen verschiedener Umfrageinstitute, die in Vor-Ort-Gesprächen oder/und durch schriftliche Befragung der Institute ermittelt worden sind.

Die Ergebnisse der Institutsbefragung liegen in Form autorisierter, teilweise mehrmals rückgekoppelter Stellungnahmen der Institute vor; was immer im folgenden unter Bezugnahme auf ein bestimmtes Institut geschrieben steht, ist von diesem zur Veröffentlichung freigegeben. Eine Synopse der Positionen der Institute, geordnet nach den zentralen Fragen zur Thematik, findet sich unter 4.2. Sämtliche Unterlagen, die uns die Institute im Rahmen unserer Befragung zur Verfügung gestellt haben, sind im Anhang dokumentiert. Alle Institute sind vorab darauf hingewiesen worden, daß eine entsprechende Veröffentlichung ihrer Stellungnahmen vorgesehen sei.

Allen teilnehmenden Instituten sei für ihre Kooperationsbereitschaft und die Bereitschaft sehr herzlich gedankt, sich öffentlich zu dem nicht gerade unproblematischen Thema „Ausschöpfungen“ zu äußern.

Bevor nun ZUMA und die Institute zu Wort kommen, zunächst ein knapper Überblick über Begrifflichkeiten und Problemlagen.

2. Der Begriff "Ausschöpfungen"

So wie der Ausfall für eine Befragung vorgesehener Personen durch Nicht-Erreichbarkeit oder Nicht-Teilnahmebereitschaft nur eine unter vielen Fehlerquellen bei der Durchführung von Umfragen darstellt (vgl. Groves 1989), so ist auch die Ausschöpfungsquote nur ein Merkmal unter anderen für die Qualität einer Umfrage und ihrer Ergebnisse.

Daß sich die Diskussion über die Qualität von Umfragen über lange Zeit auf die Ausschöpfungsquote konzentriert hat, liegt sicherlich daran, daß die Ausschöpfungsquote vermeintlich "objektiv" oder zumindest "meßbar" Auskunft gibt über das Verhältnis von realisierten zu nicht-realisierten Interviews. Daß dem natürlich nicht so ist, erkennt man sofort, wenn man

¹ Bei der Erstellung des Berichtes habe ich viele wichtige Anregungen erhalten von den Mitgliedern der ZUMA-"Arbeitsgruppe Ausschöpfungen": S. Gabler, S. Häder, A. Koch, P. Prüfer, P. Schmidt und M. Thoma.

versucht, eine Definition des Begriffes "Ausschöpfungen" zu finden. Wer sich mit Ausschöpfungen in Umfragen beschäftigt, läuft leicht Gefahr bestätigt zu finden, was Allerbeck und Hoag (1985, S. 55) konstatieren: "es gibt keine Einheitlichkeit der Definitionen". Aus der Vielzahl der Bemühungen um eine Definition des Begriffes (s. z.B. Lessler und Kalsbeek 1992) läßt sich zumindest eine gewisse Übereinstimmung dahingehend ableiten, daß die Ausschöpfungsquote sich ergibt aus dem Verhältnis von Netto- zu Bruttostichprobe. Entsprechend faßt z.B. Koch (1993) den Begriff kurz und prägnant: "Ganz allgemein definiert entspricht die Ausschöpfungsquote dem prozentualen Anteil der Befragten, mit denen ein Interview realisiert werden konnte, an der Gesamtzahl aller ausgewählten Befragten" (Koch 1993, S. 85). Eine ähnliche Definition finden wir bei Bailar und Lanphier (1978), welche die Ausschöpfungsquote beschreiben als "...the number of eligible sample units responding divided by the total number of eligible sample units" (Bailar und Lanphier 1978, S. 51). Krug und Nourney schließlich definieren den Begriff wie folgt: "Unter Ausschöpfung der Stichprobe wird die Relation verstanden, die aus der durch den Stichprobenplan gebildeten Bruttostichprobe und der Nettostichprobe gebildet wird, die aus den in die Stichprobe gelangenden Haushalten besteht, in denen die geforderten Interviews realisiert werden können" (Krug und Nourney 1982, S. 230).

Mehr noch als die Definitionen variieren ihre Operationalisierungen; bestimmte, für die Berechnung von Ausschöpfungsraten relevante Sachverhalte (wie z. B. die Frage, was denn alles ein stichprobenneutraler Ausfall sei) werden von unterschiedlichen Akteuren (Forschern, Instituten) unterschiedlich behandelt - wenn sie überhaupt "öffentlich" zur Kenntnis gebracht werden.

Auf der anderen Seite haben sich doch Standards für die Berechnung der Ausschöpfungsraten entwickelt, und dies ist (bei aller institutioneller Bescheidenheit) auch der Verdienst ZUMAs und (mehr noch) der mit ZUMA kooperierenden Umfrageinstitute. So wurde etwa im Zusammenhang mit dem ALLBUS "Ausschöpfungsquote" definiert als "das Verhältnis der Zahl der ausgewerteten Interviews zur Größe der bereinigten Stichprobe". Die bereinigte Stichprobe ergibt sich, wenn man die stichprobenneutralen Ausfälle vom Ausgangsbrutto subtrahiert und das Ergebnis gleich 100% setzt; die Zahl der ausgewerteten Interviews erhält man, wenn man von der bereinigten Stichprobe die nicht-stichprobenneutralen Ausfälle und die nicht ausgewerteten Interviews subtrahiert. Die Ausschöpfungsquote berechnet sich als der mit 100 multiplizierte Quotient von ausgewerteten Interviews und bereinigter Stichprobe (zur Definition und Klassifizierung von Ausfallgründen vgl. Porst 1985, S. 92).

Stichprobenneutrale Ausfälle resultieren aus Fehlern in den Adressenlisten (bei address random) oder treten dann auf, wenn angelaufene Haushalte kein Element der Menge aller Zielhaushalte darstellen oder kein Element der Menge aller Zielpersonen enthalten (bei random

route); typische stichprobenneutrale Ausfälle sind z. B. nicht-existierende Adressen, Ausländerhaushalte bei Befragung deutscher Staatsbürger, keine Frau im Haushalt bei der Befragung von Müttern, etc.

Nicht-stichprobenneutrale oder systematische Ausfälle hingegen liegen dann vor, wenn die vorgegebene Adresse tatsächlich existiert, der Interviewer den Haushalt richtig auffindet und der Haushalt oder eines seiner Elemente grundsätzlich in die Menge der zu befragenden Einheiten fällt, es dem Interviewer aber nicht gelingt, dort ein Interview zu realisieren; typische systematische Ausfälle sind z. B. Verweigerung einer Haushaltsauflistung, Nichterreichbarkeit der Zielperson, Verweigerung der Teilnahme, Befragungsunfähigkeit der Zielperson, etc. (zur Definition und Klassifizierung von Ausfallgründen vgl. Porst 1985, S. 77, in der Praxis z. B. Porst und Schneid 1988 für persönlich-mündliche, Porst 1991 für telefonische Befragungen).

2.1 Wissenschaftliche Problematik

Bei Umfragen auf der Basis von Zufallsstichproben gibt es ausnahmslos keine totale Ausschöpfung der Stichprobe. Unabhängig davon, wie hoch die Ausschöpfungsquote tatsächlich ist, haben wir es statt dessen mit Ausfällen zu tun, die entweder zufällig oder systematisch sein können.

Wären alle Ausfälle bei einer Befragung zufällig, wäre dies an sich und zunächst nicht dramatisch: Die Teilnehmer unterschieden sich nicht von den Nichtteilnehmern, sondern bildeten lediglich eine Zufallsstichprobe aus der Ausgangsstichprobe. Einziges Manko: Die Größe der Stichprobe reduziert sich und die Schätzung der Populationsparameter wird ungenauer, bleibt aber unverzerrt. Da die Größenordnung zufälliger Stichprobenfehler kalkulierbar ist, sind Fehler dieser Art kontrollierbar (Hartmann 1990). Wären alle Ausfälle zufällig, führte eine sinkende Ausschöpfung "nur" zu größeren Standardfehlern.

Realistischerweise hat man nun aber davon auszugehen, daß Ausfälle (auch) systematischer Art sind, oder genauer: daß Ausfälle sowohl zufälliger als auch systematischer Art sind.

Systematische Ausfälle wiederum bergen die Gefahr in sich, daß es zu systematischen Verzerrungen im Antwortverhalten kommt; systematische Ausfälle sind gerade dadurch definiert, daß bei ihnen "Variablen des Untersuchungsgegenstandes mit den Ursachen des Ausfalls zusammenhängen" (Schnell u.a. 1992, S. 318). Systematische Ausfälle bergen die Gefahr eines "bias" in sich (deren berühmtester der "Mittelschicht-Bias" ist; vgl. Hartmann 1990, Hartmann und

Schimpl-Neimanns 1992), der um so größer sein kann, je höher der Anteil der Ausfälle ist. Sinkende Ausschöpfungen erhöhen damit das Risikopotential für das Entstehen eines bias.

Insgesamt führen sinkende Ausschöpfungen zu einer Zunahme von zufälligen und systematischen Ausfällen, damit zu einem erhöhten Risiko für die Qualität von Umfragedaten. Je höher die Ausschöpfungen, um so geringer dieses Risiko. Bleibt die Frage nach der erforderlichen Höhe der Ausschöpfungsquote: Wie hoch muß die Ausschöpfungsquote sein, damit eine Befragung aussagefähige (wir vermeiden in diesem Zusammenhang bewußt den Begriff „repräsentative“) Ergebnisse erzielen kann? Wie bei der Ausschöpfungsproblematik generell, bewegen wir uns auch bei der Frage nach der „notwendigen“ Ausschöpfung auf dünnem Eis: Man findet zwar gelegentlich entsprechende Forderungen, ohne daß aber eigentlich begründet würde, warum gerade xx% und nicht eher yy%,

Daß eine begründet geforderte unterste Ausschöpfungsquote gar nicht so einfach zu finden ist, lesen wir z. B. bei Landgrebe (1992). Landgrebe stellt zunächst einmal fest, daß die im „ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen“ als Mindestausschöpfung geforderten 70% nichts anderes seien als ein „Kompromiß“ zwischen den Werten der Media-Analysen, namentlich in den Jahren 1980 bis 1982, die ca. 80% Ausschöpfungen erzielten, und den üblichen 60% bei schriftlichen Befragungen in jener Zeit (Landgrebe 1992, S. 20). Er zitiert dann Schaefer (1991), der bei einem Besuch der ARF/Advertising Research Foundation nachlesbar gefunden habe, daß in den USA bereits 60% Ausschöpfung für ausreichend gehalten werde. Und er zitiert schließlich Vorster und Frankel, die beim Readership Research Symposium in Salzburg 1985 die Lage recht drastisch beschrieben haben:

„Ein Mindest-Ausschöpfungsgrad (response rate) von 70% sollte erzielt werden...Um einen befriedigenden Umfang der Ausschöpfung zu erreichen, sind wenigstens fünf Wiederholungsbesuche (call backs) vorzusehen,..... Wer hat diese Standards gesetzt? Soviel wir wissen, beruhen sie nicht auf empirischen Daten, sondern sind nach Gutdünken entstanden. Die Advertising Research Foundation fordert 70%, das United States Office of Management and Budget 80% als Mindestausschöpfung. Sind diese Werte 70, 75, 80% magische Zahlen?“ (Vorster und Frankel, zit. nach Landgrebe 1992, S. 20).

Die Verwirrung ist komplett, auch wir können sie nicht auflösen. Tatsache ist aber wohl die relative Beliebigkeit, mit der „Mindestausschöpfungsquoten“ festgelegt werden.

Was wir tun können ist, Werte aus uns vorliegenden Studien offenzulegen, und wenn wir das tun, stellen wir fest, daß sich die Frage nach empirisch nachweisbaren Ausschöpfungsquoten bei allgemeinen persönlich-mündlich durchgeführten Bevölkerungsumfragen mit Werten zwi-

schen 50 und 70% beantworten läßt (Erbslöh und Koch 1988, Porst 1993). Diese Werte werden allerdings von unterschiedlichen Akteuren als zu hoch, von anderen als eher zu niedrig bezeichnet, aber diese Diskussion wollen wir hier nicht mehr führen (vgl. Porst 1993).

2.2 Professionspolitische Dimension

Die professionspolitische Dimension der Ausschöpfungsproblematik hat selbst wieder (mindestens) zwei Aspekte, nämlich die Frage nach der Offenlegung von Felddaten und damit nach der Transparenz von Umfragen generell und zum andern die Frage nach dem Verhältnis von Ausschöpfungsquoten und Qualität der Arbeit der Institute, die Daten erheben.

a) Offenlegung der Felddaten

Der Forderung nach Offenlegung der Felddaten liegt die tiefergehende Forderung nach Transparenz wissenschaftlicher Arbeit zugrunde; dazu gehört nicht alleine, daß man wie selbstverständlich die Ergebnisse seiner Studien publiziert, neuerdings die Daten sogar relativ regelmäßig zur Sekundäranalyse freigibt (oder vielleicht besser gesagt: freigeben muß, weil diese Freigabe häufig Bestandteil der Förderungsbewilligung durch öffentliche Geldgeber ist), sondern dazu gehört auch, daß Informationen über den Forschungsweg publiziert werden, insbesondere auch über den Prozeß der Datengenerierung mit all seinen Problemen und Schwächen: "Es war einmal ein guter Brauch bei Untersuchungen akademischer Sozialforscher, daß ihre Bücher einen umfänglichen Anhang aufwiesen, in dem sie beschrieben, wie ihre Stichprobe gezogen wurde, wie die Feldarbeit verlief, und in dem vor allem der Fragebogen der Untersuchung abgedruckt war..." (Allerbeck und Hoag 1985, S. 4).

Heute ist es eher so, daß Informationen über das Feld, wenn überhaupt, nur sporadisch systematisiert werden, allenfalls in "Methodenberichten" oder "Feldberichten" schlummern, aber selten allgemein zugänglich publiziert werden (eine Ausnahme auch hier der ALLBUS, dessen Methodenberichte der wissenschaftlichen Öffentlichkeit in Form von ZUMA-Arbeitsberichten grundsätzlich zugänglich gemacht werden - zuletzt für den ALLBUS 1994 (Koch, Gabler und Braun 1994). Häufig findet man allenfalls globale Zahlenwerte ("die Ausschöpfung betrug insgesamt xy Prozent"), deren Zustandekommen nicht nachvollziehbar ist und die natürlich lange nicht so aufschlußreich sein können wie detaillierte Informationen über Art und Anteile der Non-Responses.

b) Ausschöpfungen als Indikator für die Qualität von Umfrageinstituten?

Wenn die Höhe der Ausschöpfungsraten mit den Umfrageinstituten zu diskutieren ist, wird die Ausschöpfungsproblematik sehr schnell zu einem relativ heiklen Thema, das mit einer gewissen Sensibilität zu behandeln ist.

Wir müssen davon ausgehen, daß wir - selbst bei großem Entgegenkommen der Institute - ausnahmslos nicht rekonstruieren können, wie Felder gelaufen sind, wie Felddaten, die uns die Institute liefern, tatsächlich zustande gekommen sind und inwieweit sie wahrhaft und unverfälscht wiedergeben, was im Feld tatsächlich passiert ist. Wir sind also auf die Offenheit und Ehrlichkeit der Institute angewiesen, und dies gilt für Ausschöpfungsquoten wie für alle anderen Felddaten.

Schnell stellt sich die Frage nach dem Zusammenhang zwischen Ausschöpfungen und der Qualität der Arbeit eines Instituts, und man kann nur davor warnen, (publizierte) hohe Ausschöpfungsraten bedingungslos mit Institutsqualität gleichzusetzen.

Berichtete Ausschöpfungsquoten lassen nicht zwangsläufig auf die Qualität der Arbeit eines Instituts schließen. Wenn das Institut A. bei einer Studie 60% Ausschöpfung erzielt, das Institut B. bei einer vergleichbaren 70%, so verleitet das leicht zu dem Schluß, B. arbeite besser als A. Ein solcher Schluß ist nur mit aller Vorsicht zu wagen. Zu viele Fragen bleiben offen, die irgendwo anzusiedeln sind zwischen: Ist B. wirklich "besser" als A.? Ist A. nur "ehrlicher" als B.? Oder legt B. einfach noch ein paar Prozent drauf und schwindelt uns etwas vor?

Schließlich dürfen Ausschöpfungen nicht monokausal interpretiert werden. Es wäre ein Fehler, die Interpretation von Ausschöpfungen auf bestimmte Institutspraktiken oder bestimmte Arten der Stichprobenrealisierungs-Routinen der Institute zu reduzieren. Um uns ein Urteil bilden zu können, müßten wir wissen, welche Rahmenbedingungen bei der Durchführung einer Befragung wirksam werden, Rahmenbedingungen, die nicht dokumentiert, vielleicht in ihrer Tragweite auch wirklich nicht erkannt werden (das mag reichen von externen, vom Institut nicht zu verantwortenden Ereignissen, bis hin zum Wechsel des zuständigen Studienleiters oder Leiters der Feldabteilung oder der Frage, welche Studien die jeweiligen Interviewer parallel mit der uns interessierenden gerade durchführen). Diese Rahmenbedingungen sind uns zumeist nicht bekannt.

Das alles macht insgesamt etwas nachdenklich, wenn man sich zu Ausschöpfungen äußern soll, insbesondere dann, wenn Ausschöpfungen als Indikator für die Qualität (der Feldarbeit) eines

Instituts hinterfragt werden sollen. Wie gesagt: Wir haben es hier mit einem relativ heiklen Thema zu tun, das mit Sensibilität zu behandeln ist.

3. Annäherung aus der ZUMA-Perspektive

Die empirischen Informationen, die ZUMA zum Thema „Ausschöpfungen“ vorliegen, sind im Detail nachzulesen in dem eingangs erwähnten ZUMA-Arbeitsbericht 93/12. Deshalb können wir uns hier auf eine zusammenfassende Darstellung beschränken.

3.1 Persönlich-mündliche Befragungen

Bei den von ZUMA durchgeführten oder bei ZUMA betreuten sozialwissenschaftlichen persönlich-mündlichen Standard-Bevölkerungsumfragen (ALLBUS, Sozialwissenschaften-Bus, Wohlfahrtssurveys) ist der vielerorts (teils als drastisch) beklagte Rückgang der Ausschöpfungsraten nicht festzustellen. Glaubt man den berichteten Daten, so scheint es eher so zu sein, daß die Institute auch heute noch die 60%-Schwelle in der Regel überschreiten oder wenigstens erreichen können.

Generell läßt sich aufgrund der berichteten Studien entgegen einer häufig gehörten Behauptung ein deutlicher Rückgang der Ausschöpfungsquoten bei allgemeinen Bevölkerungsumfragen über die Zeit also nicht feststellen, sofern man zum Vergleich nicht auf ganz alte Studien zurückgreift (z. B. die berühmte, vom Institut für Demoskopie in Allensbach 1953 durchgeführte Reigrotzki-Studie mit 83.8% Ausschöpfung) und sofern man bereit ist, die von den Instituten berichteten Ausschöpfungsquoten für die tatsächlichen zu halten.

Nach deren Angaben sind bei Standard-Bevölkerungsumfragen Ausschöpfungsraten von 70% möglich, von 60 - 65% fast "normal"; nur in Ausnahmefällen kommt es bei den von ZUMA durchgeführten oder betreuten Standardumfragen nicht zu dem Wert von 60%.

Daß Ausschöpfungswerte dieser Größenordnung dem internationalen Vergleich einigermaßen standhalten können, erfahren wir aus den Umfragen, die im Rahmen des International Social Survey Program (ISSP) durchgeführt wurden; diese und eine Reihe anderer Studien lassen auch im internationalen Vergleich den Schluß auf ein generelles Sinken der Ausschöpfungsraten nicht zu. Auch bei Spezialbefragungen (z. B. Eliten) ist nicht generell erkennbar, daß die Ausschöpfungsraten in den letzten Jahren gesunken wären.

3.2 Postalische und schriftliche Befragungen

Spätestens seit Hippler (1988) wissen wir, daß ein großer Nachteil der postalischen Befragung "die außerordentlich große Schwankungsbreite der Rücksenderate (ist), die zwischen 10 und 90 Prozent liegen kann". Hippler selbst berichtet von einer postalischen (ZUMA-) Umfrage bei der erwachsenen Wohnbevölkerung Mannheims, bei der er 1984 unter Anwendung der Total Design Method (Dillman 1978) eine Ausschöpfung von 78% erzielen konnte (Hippler 1985).

Auch bei den in der letzten Zeit von ZUMA durchgeführten bzw. bei ZUMA betreuten postalischen Studien stellen wir eine relativ große Spannbreite der Ausschöpfungen fest; unser höchster Wert liegt bei 93,8% (Religionspädagogisches Institut der Evangelischen Landeskirche in Baden, Mit Kindern Gemeinde leben, 1989), unser niedrigster liegt immerhin noch bei 38.9% (PH Heidelberg, Studienabbrecher, 1981).

Die Ausschöpfungen dieser Umfragen differieren nach der Art der Stichprobe (allgemeine Populationen werden - nicht grundsätzlich, aber tendenziell - niedriger ausgeschöpft als Spezialpopulationen); vor allem spielt die Intensität des Nachfassens eine Rolle. Der extrem hohe Wert der Studie des Religionspädagogischen Instituts der Evangelischen Landeskirche ist aufgrund überaus intensiver Bemühungen um die Zielpersonen vor Verschicken des Fragebogens erklärbar.

In den letzten Jahren haben wir bei ZUMA drei allgemeine postalische Umfragen durchgeführt bzw. betreut. Die Ausschöpfungen beliefen sich auf 41.7% (ISSP 1985, bundesweit) sowie auf 58.2% und 77.8% bei lokalen Studien (1990 bzw. 1984). Der ISSP '85 konnte uns im Rahmen von methodischer Begleitforschung im übrigen zeigen, daß die Ausschöpfung bei postalischen Befragungen unter ansonsten gleichen Rahmenbedingungen vor allem von der Länge des Fragebogens, aber auch von der Bedeutsamkeit des Themas abhängt.

Auch die postalischen Befragungen mit Spezialpopulationen, die wir bei ZUMA selbst durchgeführt oder intensiv betreut haben, führen zu ansehnlichen Ausschöpfungen: 50.6% bei Unternehmern in Baden-Württemberg (1990), 67.6% bei Unternehmerinnen (1992) und 76% bei Programmbeiräten (1991); die zuletzt genannten Studien sprechen deutlich dafür, daß durch erhöhten Aufwand (Total Design Method und vergleichbare Strategien) erhöhte Ausschöpfungen bei postalischen Befragungen möglich sind. So gab es bei den Unternehmern insgesamt drei schriftliche Nachfaßaktionen, bei den Unternehmerinnen sogar vier.

Damit gilt auch für postalische Befragungen, zumindest für ZUMA-Studien, daß die Ausschöpfungsrate nicht dramatisch abgesunken ist. Man kann im großen und ganzen nicht einmal sa-

gen, daß die postalischen Befragungen bei ZUMA mit niedrigen Ausschöpfungen aus dem Feld gegangen seien - im großen und ganzen ist fast eher das Gegenteil der Fall, wobei man nicht ausschließen kann, daß die Erfahrungen bei ZUMA untypisch sein könnten.

3.3 Telefonische Befragungen

Bleiben die telefonischen Studien. Da bei ZUMA bisher nur sehr wenige telefonische Befragungen durchgeführt worden sind, liegen entsprechend wenige konkrete Informationen über Felddaten und damit Ausschöpfungen vor. Dazu kommt, daß Telefonstudien bei ZUMA bisher häufig als Teil von Befragungsexperimenten unterschiedlichster Art durchgeführt wurden und bisher nie auf das Erzielen hoher Ausschöpfungen, sondern das möglichst rasche Erreichen festgelegter Fallzahlen ausgelegt waren.

Von daher erklärt sich, daß sowohl bei der Studie "Heikle Fragen" (erwachsene Wohnbevölkerung in Mannheim/Ludwigshafen 1989) mit 31.5% als auch beim Methoden-Panel (erwachsene Wohnbevölkerung in Ludwigshafen 1991) mit 41.7% (in der ersten Welle) Ausschöpfungen erzielt wurden, die eher als niedrig gelten müssen. Auch bei der ersten ZUMA-Telefonstudie, die 1982 realisiert worden ist, lag die Ausschöpfung bei nur 42%; eine 1984 in Mannheim und einigen angrenzenden ländlichen Gemeinden durchgeführte Telefonbefragung endete (allerdings bei einer durchschnittlichen Befragungszeit von 41 Minuten) mit einer Ausschöpfung von knapp über 40%. 14 Jahre später konnte bei einer Befragung in Mannheim und Ludwigshafen ebenfalls eine Ausschöpfung von knapp über 40%, genau: 41,8% erreicht werden.

4. Die Sicht der Institute

Wenden wir uns der Sicht der Institute zu. Die hatten zum Beispiel in der Ludwigshafener "Rheinpfalz" vom 2. September 1993 ihre Probleme dargestellt: Der Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute (ADM), so hieß es dort, ließe über seinen Geschäftsführer mitteilen, man beklage eine zunehmende Umfragemüdigkeit bei den Deutschen. Es sei immer schwieriger, Partner für die 5,5 Millionen Interviews zu finden, die von den ADM-Instituten jährlich durchgeführt würden.

An anderer Stelle schreibt z. B. Manfred Anders von Infratest (München), allerdings, nicht untypischerweise, ohne dafür empirisch verwertbare Belege zu präsentieren:

"Leider sinken ganz allgemein die Ausschöpfungsraten - nicht nur bei mündlichen Interviews, sondern auch bei den von den Interviewern nicht beeinflussten schriftlichen Interviews - kontinuierlich. Die Hauptursache liegt, nach meiner Beobachtung, in einer drastischen Veränderung der Feldsituation in den letzten 15 Jahren." (Anders 1985, S. 75ff)

Zahlen legt Anders nicht vor.

So war denn auch von „Lamenti über sinkende Ausschöpfungen“ (Porst 1993, S. 4) die Rede, oder, konstruktiv provozierend: „Der Chor der Stimmen, der das Lied von der zunehmenden Umfragemüdigkeit (nicht nur) der Deutschen ebenso beharrlich wie unisono vorträgt, ist nicht unbeachtlich. Insbesondere die Umfrageinstitute werden nicht müde, sinkende Ausschöpfungsraten in Umfragen zu beklagen“ (ebenda, S. 3).

Die Diskussion um Ausschöpfungsraten wurde zwischen ZUMA und den Instituten damals und wird auch heute weitaus sachlicher geführt, als solche Zitate vermuten ließen.

Fakt ist, daß sich die von den Instituten berichteten Ausschöpfungsquoten von ZUMA betreuter persönlich-mündlicher Befragungen - und um die geht es ja vorrangig - in einer Höhe bewegen, die nicht auf mangelnde Teilnahmebereitschaft schließen läßt und daß die Entwicklung in den letzten 15 Jahren auch den Schluß nicht zuläßt, daß die Ausschöpfungquoten in dieser Zeit dramatisch gesunken sind.

Andererseits kann man nicht umhin, die Aussagen der Institute zur Kenntnis und ernst zu nehmen, die mehr oder weniger die gegenteilige Meinung vertreten, zumindest in den veröffentlichten Verlautbarungen.

Dieser Gegensatz auf der einen Seite und die prinzipielle Bereitschaft zu sachlichem Diskurs über eine für alle Beteiligten zentral wichtige Fragestellung auf der anderen Seite führten zu dem Wunsch ZUMA's, die Institute selbst zu Wort kommen zu lassen. Und wie das in der Umfragebranche nun mal so üblich ist, hat ZUMA eine Befragungsaktion der Institute gestartet (im übrigen mit einer erfreulichen Ausschöpfungsquote von 77,8% - sieben von neun um Mitarbeit gebetene Institute haben uns unterstützt).

4.1 Übersicht über die Institute

In das Verfahren einbezogen wurden zunächst einmal neun Institute; als Auswahlkriterien galt zum einen ihre Zugehörigkeit zum AEW (Arbeitskreis Empirische Wahlforschung), zum anderen ihre Nähe zu ZUMA auf Arbeitsebene (also Institute, die in letzter Zeit Studien durchgeführt haben, die von ZUMA betreut und beraten worden sind).

Alle Institute (alle teilnehmenden Institute finden sich in Übersicht 1) erhielten zunächst ein Anschreiben, in dem der Wunsch ZUMA's geäußert worden ist, mit den Instituten vor Ort ein Gespräch zum Thema Ausschöpfungen führen zu können. Wo es zu einem Vor-Ort-Gespräch kam, wurde mit Hilfe eines Leitfadens (s. Anhang 1) ein Gedächtnisprotokoll zu jedem Gespräch erstellt und dem jeweiligen Institut zur Überarbeitung zugeschickt. Der Leitfaden zur nachträglichen Protokollierung des Gesprächs war für alle Institute der gleiche; nur die Forschungsgruppe Wahlen (als "Telefon-Institut") erhielt eine leicht modifizierte Version. Die Institute wurden gebeten, ihre überarbeitete Version zu autorisieren; alle autorisierten Stellungnahmen der Institute finden sich im Anhang.

Aufgrund zeitlicher Restriktionen und terminlicher Schwierigkeiten konnten allerdings nicht alle Institute vor Ort aufgesucht werden; die nicht besuchten Institute erhielten den Leitfaden zugeschickt mit der Bitte, unter seiner Zuhilfenahme ihre Position zum Thema Ausschöpfungen schriftlich darzustellen.

Die folgende Übersicht zeigt, welche Institute an unserer Befragungsaktion teilgenommen haben und ob vor Ort Gespräche geführt werden konnten oder ob die Befragung ausschließlich postalisch erfolgt ist.

Institut	Gespräch vor Ort
Basis Research (Frankfurt am Main)	ja
EMNID (Bielefeld)	ja
Forschungsgruppe Wahlen (Mannheim)	ja
Infas Sozialforschung (Bonn)	ja
Infratest (München)	ja
Marplan (Offenbach)	ja
USUMA (Berlin)	nein, nur postalisch

4.2 Synopse - Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Versuchen wir das Auswerten der Stellungnahmen der Institute durch eine synoptische Darstellung zu erleichtern, indem wir die Antworten der Institute auf die einzelnen Fragen des Leitfadens in Form von Übersichten darstellen. Um die Neutralität und Objektivität gegenüber den Instituten zu wahren, werden dazu jeweils ausschließlich wörtliche Passagen aus den autorisierten Stellungnahmen angeführt. Der Darstellung der Positionen der Institute zu den einzelnen Fragen vorangestellt ist jeweils der Versuch einer knappen Zusammenfassung der Antworten, möglichst neutral, ohne Wertung.

1. Welchen Stellenwert hat das Thema Ausschöpfungen für (Institut)? Sind Ausschöpfungen nur bei bestimmten Studienarten (sozialwissenschaftliche vs. Marktforschungs-Studien) oder bei bestimmten Kunden (Wissenschaftler vs. kommerzielle Kunden) ein Thema?

Das Thema „Ausschöpfungen“ wird von den Instituten insgesamt durchaus für wichtig gehalten, wobei die Frage nach Ausschöpfungen und Ausschöpfungsquoten aber vor allem bei sozialwissenschaftlichen (akademischen) Umfragen und Umfragen im Medienbereich eine zentrale Rolle spielten; in anderen Bereichen, insbesondere bei kommerziellen Kunden der Marktforschung, sei das Thema dagegen eher von geringer Bedeutung. Auch in Fällen, in denen die Auftraggeber nicht oder weniger an Ausschöpfungen interessiert und Ausschöpfungsquoten demzufolge in den Berichten an die Auftraggeber nicht dokumentiert seien (Forschungsgruppe Wahlen), würden sie in internen Dokumentationen dennoch festgehalten (Forschungsgruppe Wahlen, USUMA).

Während EMNID und USUMA explizit auf die Bedeutung der Ausschöpfung für die Beurteilung der Qualität der Datenerhebung verweisen, betont Infratest, daß bei aller Wichtigkeit der Ausschöpfung die Qualität einer Umfrage nicht nur an der Ausschöpfungsquote zu messen sei; vielmehr bedürfe es weiterer Qualitätskriterien zur Bewertung einer Umfrage.

Infas Sozialforschung verweist darauf, daß eine maximale Stichprobenausschöpfung nicht nur aus eher wissenschaftlichen, sondern auch aus geschäftlichen Gründen unverzichtbar sei.

Basis Research	Das Thema Ausschöpfungsquote - und hier insbesondere die vom ZAW-Rahmenschema festgelegten „magischen“ 70% - spielen hauptsächlich bei sozialwissenschaftlichen Umfragen und bei Studien im Mediabereich eine zentrale Rolle. In anderen Forschungsbereichen können Kunden auch mit Ausschöpfungsquoten unter 70% „leben“ bzw. zufriedengestellt werden. Ob die vom ZAW geforderten 70% aus wissenschaftlicher Sicht das Minimum für repräsentative Aussagen darstellen oder nicht, kann bislang nicht belegt werden. Es handelt sich hier um eine Konvention auf die sich die Vertreter der beteiligten Institute geeinigt haben.
EMNID	Das Thema „Ausschöpfung“ besitzt für EMNID bei allen Random-Route- bzw. Adressenbefragungen einen sehr hohen Stellenwert in Bezug auf die Beurteilung der Qualität der Datenerhebung. Bei der Beachtung des Themas „Ausschöpfung“ gibt es Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Kundentypen des Institutes. Im Bereich der sozialwissenschaftlichen Meinungsforschung, der Mediaforschung u.ä. wird die Ausschöpfung in der Regel genauer beachtet als bei anderen, eher kommerziell orientierten Kunden.
FG Wahlen	Die Auftraggeber der Forschungsgruppe Wahlen sind selten an Ausschöpfungen interessiert; deshalb finden sich in den Berichten an die Auftraggeber normalerweise auch keine Angaben zur Ausschöpfung. In internen Berichten dagegen werden die Ausschöpfungsraten dokumentiert.
Infas Sozialforschung	Um gleich jedem Zweifel zuvor zu kommen: eine maximale Stichprobenausschöpfung ist unverzichtbar. Dies gilt für jede Art von empirischer Erhebung; sei es eine sozialwissenschaftliche Studie, eine Marktforschungsstudie oder eine Wahlbefragung. Wir halten die Maximierung der Ausschöpfung von Stichproben aus wenigstens zwei Gründen für unverzichtbar. Aus methodisch-statistischen Gründen ist die Stichprobenausschöpfung unerlässlich, weil ein Induktionsschluß von Stichproben auf Grundgesamtheiten nur dann zulässig ist, wenn die Repräsentativität der Stichprobe sichergestellt ist. Nun heißt dies noch nicht, daß eine maximale Stichprobenausschöpfung automatisch auch zu repräsentativen Ergebnissen führt. Letztlich muß Repräsentativität immer in bezug auf die zu messenden Merkmale hergestellt werden. In Ermangelung von Kenntnissen über die Verteilung der zu messenden Merkmale in der Grundgesamtheit, greift man zur Bewertung von realisierten Stichproben gerne auf die Strukturvergleiche zwischen realisierter Stichprobe und Grundgesamtheit zurück. Dies kann aber immer nur eine Annäherung sein. Selbst bei Strukturgleichheit zwischen Grundgesamtheit und realisierter Stichprobe kann nicht zwingend von einer Repräsentativität ausgegangen werden. Unser zweites Argument für das Festhalten an hohen Stichprobenausschöpfungen mag für manch einen unerwartet kommen: Hohe Stichprobenausschöpfung ist auch langfristig aus geschäftlichen Gründen unverzichtbar. Den kommerziellen Instituten wird eher unterstellt, daß sie unter Kosten-Nutzen-Erwägungen eher die gegenteilige Strategie einer schnellen und unzureichenden Stichprobenausschöpfung praktizieren. Dagegen sprechen nach unserer Erfahrung jedoch bestimmte Marktentwicklungen. Wir beobachten, daß die inhaltliche, wie methodische Kompetenz der Kunden deutlich gewachsen ist.

Infratest	Ausschöpfungen sind bei Umfragen generell ein wichtiges Problem, vor allem für Sozial-, aber eher noch mehr für Media-Forscher. Allerdings sollte die Qualität einer Umfrage weniger - oder nicht vorrangig - an einem Ausschöpfungswert gemessen werden; statt dessen sollte man weitere Qualitätskriterien zur Beurteilung einer Befragung anlegen. Infratest arbeitet an solchen Qualitätskriterien.
Marplan	Ausschöpfungen sind im wesentlichen nur bei bestimmten Kunden von Marplan ein Thema. Neben Auftraggebern aus dem Media-Bereich sind es insbesondere die akademischen Sozialforscher, die eine Ausschöpfungsrate entweder in der Ausschreibung vorgeben oder nach Feldende zumindest Rechenhaftigkeit über die Ausschöpfungsquote fordern. Für Kunden mit - in der Regel „schnellen“ - Marktforschungsprojekten (der weitaus überwiegende Teil der Marplan-Kunden) ist das Thema nicht relevant; sie beauftragen Marplan, weil das Institut renommiert ist, und sie erwarten ein fertiges Ergebnis, am besten in Form eines Berichtes, als Tabellen und Charts.
USUMA	Für USUMA hat die Ausschöpfung einen hohen Stellenwert, da die Ausschöpfung direkt auf die Güte der erhobenen Daten wirkt. Deshalb wird bei uns auch unabhängig von den Anforderungen des Kunden eine Ausschöpfungsberechnung durchgeführt, sofern es die methodische Anlage der Studie erlaubt. Eine pauschale Gruppierung der Studienarten nach Ausschöpfungsanforderungen ist nicht zu beobachten. Wir führen sowohl sozialwissenschaftliche als auch Marktforschungs-Studien durch, bei denen hohe Ausschöpfungen zu realisieren sind. Ein Beispiel für methodisch anspruchsvolle sozialwissenschaftliche Studien sind z.B. Wahlstudien mit über 70% Ausschöpfung und für Marktforschungs-Studien sind das Medienanalysen, bei denen auch Ausschöpfungen von über 70% erreicht werden. Betrachtet man die Kunden hinsichtlich der Ausschöpfungsanforderungen, so entsteht schon der Eindruck, daß kommerzielle Kunden weniger Anforderungen an die Ausschöpfung stellen, als Wissenschaftler. Allerdings steht bei den kommerziellen Kunden auch eher das Machbare im Sinne des Untersuchungszieles im Vordergrund, so daß in der Regel ein Kompromiß zwischen dem theoretischen Optimum und der Feldrealität entsteht.

2. Sind Interviews aus der Sicht von (Institut) heute schwieriger zu realisieren, als dies früher, also vor 5, 10 oder 20 Jahren der Fall war?

Die Frage, ob Interviews heute schwieriger zu realisieren sind als früher, wird zumeist mit „Ja“ beantwortet; Interviews seien heute tatsächlich schwieriger oder gar wesentlich schwieriger (EMNID) zu realisieren als früher. Nur Infas Sozialforschung vertritt die Position, eine generelle Tendenz zu geringeren Ausschöpfungsraten sei nicht nachweisbar. Zwar sei es in der Tat schwieriger geworden, Interviews innerhalb gegebener Feldzeiten und unter vertretbaren Kosten zu realisieren, doch sei es auch heute noch möglich, dieselben Ausschöpfungsquoten zu erreichen wie vor 10 Jahren, wobei man allerdings erheblich höhere Anstrengungen im Feld zu unternehmen habe.

Auch beim Telefoninterview, so die Forschungsgruppe Wahlen, gebe es keine Ausschöpfungsprobleme aufgrund sinkender Teilnahmebereitschaft, was aber eher Folge FGW-interner Schulungs- und Selektionsmaßnahmen der Interviewer sei.

Basis Research stellt fest, daß das Interviewen zwar in den letzten 20 Jahren schwieriger geworden sei, aber in den letzten 6-8 Jahren nicht mehr. Dem steht die Ansicht von USUMA entgegen, das zwar bisher nur auf eine fünfjährige Befragungstätigkeit in den neuen Bundesländern zurückblicken könne, aber doch erkannt hat, daß Interviews heute schwieriger zur realisieren seien, als dies vor 5 Jahren der Fall war.

Sowohl Infas Sozialforschung als auch Infratest verweisen explizit darauf, daß sinkende Ausschöpfungsquoten nicht alleine Folge einer Befragungsmüdigkeit seien, sondern von einer Vielzahl anderer Faktoren abhängen, z. B. Erhebungsmethode, Zielgruppe, Thema, Design, „wie spannend das Thema für die Befragten ist“.

Basis Research	Generell ist das Interviewen in den letzten 20 Jahren schwieriger geworden, aber in den letzten 6-8 Jahren nicht mehr.															
EMNID	<p>Aus der Sicht von EMNID sind Umfragen heute wesentlich schwieriger zur realisieren als vor 5-10 Jahren.</p> <p>Entwicklung der Ausschöpfungsquoten:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Alte Bundesländer</th> <th>Neue Bundesländer</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1985</td> <td>durchschnittl. 70%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1990</td> <td>durchschnittl. 68%</td> <td>durchschnittl. 78%</td> </tr> <tr> <td>1992</td> <td>durchschnittl. 63%</td> <td>durchschnittl. 70%</td> </tr> <tr> <td>1994</td> <td>durchschnittl. 50-60%</td> <td>durchschnittl. 60-65%</td> </tr> </tbody> </table>	Jahr	Alte Bundesländer	Neue Bundesländer	1985	durchschnittl. 70%		1990	durchschnittl. 68%	durchschnittl. 78%	1992	durchschnittl. 63%	durchschnittl. 70%	1994	durchschnittl. 50-60%	durchschnittl. 60-65%
Jahr	Alte Bundesländer	Neue Bundesländer														
1985	durchschnittl. 70%															
1990	durchschnittl. 68%	durchschnittl. 78%														
1992	durchschnittl. 63%	durchschnittl. 70%														
1994	durchschnittl. 50-60%	durchschnittl. 60-65%														
FGWahlen	Bei Telefonbefragungen gibt es keine Ausschöpfungsprobleme aufgrund sinkender Teilnahmebereitschaft. Vielmehr konnte die Forschungsgruppe Wahlen seit Umstellung auf Telefoninterviews ihre Ausschöpfungsquoten gegenüber den anfänglichen Studien sogar noch verbessern, was auf die strenge Selektion der Interviewer und auf deren intensive Schulung zurückgeführt wird. Allerdings und dennoch stagniert der Ausschöpfungswert seit etwa zwei Jahren.															
Infas Sozialforschung	<p>Ein beliebtes Argument, mit dem sinkende Ausschöpfungsquoten begründet werden, ist die vermeintlich abnehmende Interviewbereitschaft der Bevölkerung. Wir wollen nicht verhehlen, daß es alles in allem schwieriger geworden ist, Umfragen in bestimmten Zeiteinheiten und zu vertretbaren Kosten zu realisieren. Wir sind allerdings der Meinung, daß auch heute noch dieselben Ausschöpfungsquoten zu erzielen sind, als beispielsweise vor zehn Jahren. Der Zeitvergleich bei Wiederholungsbefragungen stützt unsere Vermutung. Um diese Quoten heute zu erreichen sind allerdings erheblich höhere Anstrengungen in der Felddurchführung notwendig.</p> <p>Die wichtigste Botschaft ist, daß Ausschöpfungsquoten erheblich variieren können in Abhängigkeit von der Erhebungsmethode, der Stichprobe, der Zielgruppe, dem Thema, dem Design und den - förderlichen wie auch hinderlichen - Begleitumständen. Die ausgewählten Studien weisen darauf hin, daß auch bei Konstanthalten einiger dieser Faktoren die Ausschöpfungen aufgrund anderer diskriminierender Bedingungen variieren können.</p>															

	<p>Wie bereits dargestellt, läßt sich aus unseren Erfahrungen mit durchgeführten Projekten nicht generell eine Tendenz zu geringeren Ausschöpfungen nachweisen.</p> <p>Anhand einer Reihe von durchgeführten Projekten läßt sich zeigen, daß die erreichbare Ausschöpfung von einer Vielzahl von Faktoren abhängt, keinesfalls aber eindimensional auf eine „Befragungsmüdigkeit“ o.ä. zurückgeführt werden kann. Gleichwohl sind die Bedingungen für sozialwissenschaftliche Umfragen schwieriger geworden, nicht zuletzt, weil der Kostenrahmen für komplexe Untersuchungen enger geworden ist und ein nicht unerheblicher Preisdruck zu verspüren ist.</p>
Infratest	Generell sind Interviews heute schwieriger zu realisieren, als dies früher, also vor 5, 10 oder 20 Jahren der Fall war. Viel hängt aber von der Zielgruppe ab und davon, wie spannend das Thema für die Befragten ist.
Marplan	Insgesamt sind sozialwissenschaftliche Interviews aus der Sicht von Marplan heute schwieriger zu realisieren, als dies früher, also vor 5, 10 oder 20 Jahren der Fall gewesen ist.
USUMA	Die USUMA GmbH wurde erst im Februar 1990 gegründet und arbeitete in den ersten Jahren auch nur ausschließlich im Gebiet der neuen Bundesländer. Wir können also nur den kurzen Zeitraum von 5 Jahren für die neuen Bundesländer einschätzen. Es ist festzustellen, daß Interviews heute schwieriger zu realisieren sind, als dies vor 5 Jahren der Fall war.

3. Falls ja: Gilt das für alle Umfragen, oder gibt es Unterschiede z. B. nach dem Erhebungsmodus (persönlich-mündlich, telefonisch, postalisch), nach der Zielgruppe oder nach der Stichprobenrealisierung (address random, random route)?

Probleme mit Ausschöpfungen gibt es nur im Bereich persönlich-mündlicher Umfragen; bei Telefonumfragen treten keine durch sinkende Teilnahmebereitschaft bedingten Ausschöpfungsprobleme auf. Marplan verweist darauf, daß sozialwissenschaftliche Umfragen heute schwieriger zu realisieren seien als früher, weil die Themen von den Lebenswelten der Befragten zu weit entfernt seien; bei Spezialpopulationen, die zu ihrem „Spezialthema“ befragt würden, sei kein deutlicher Rückgang der Ausschöpfungsquoten zu verzeichnen. Auch Infas Sozialforschung betont, daß die Ausschöpfungsraten „erheblich variieren können in Abhängigkeit von der Erhebungsmethode, der Stichprobe, der Zielgruppe, dem Thema, dem Design und den Begleitumständen“. Die Bedeutung des Themas für die Teilnahmebereitschaft wird von mehreren Instituten betont.

Unterschiedliche Meinungen gibt es zur Frage nach der Bedeutung der Art der Stichprobenrealisierung: Während z.B. Infas Sozialforschung darauf verweist, daß Ausschöpfungsquoten erheblich variieren können in Abhängigkeit von der Erhebungsmethode, der Stichprobe, der Zielgruppe usw. stellt USUMA fest, daß in den neuen Bundesländern Interviews heute schwieriger zu realisieren seien, und zwar unabhängig von der Stichprobenrealisierung. Infratest kritisiert Verfahren, bei denen die Interviewer selbst Adressen auflisten, weil dort keine Aussagen über das Ausgangsbrutto möglich seien.

Basis Research	Probleme mit Ausschöpfungen gibt es nur im Bereich persönlich-mündlicher Umfragen; bei telefonischen Befragungen relativiert sich das Problem aufgrund der Möglichkeiten genauer Kontrollen des Interviewerverhaltens.
EMNID	Bei den verschiedenen Erhebungsmethoden gibt es Unterschiede in Bezug auf die durchschnittliche Ausschöpfung. Face-to-face: 50 - 60% Phone: 30 - 40% Mail: 15 - 65% (In diesem Bereich ist die Ausschöpfung stark von der Zielgruppe, dem Thema und den möglichen Incentives abhängig.)
FGWahlen	Bei Telefonbefragungen gibt es keine Ausschöpfungsprobleme aufgrund sinkender Teilnahmebereitschaft. Vielmehr konnte die Forschungsgruppe Wahlen seit Umstellung auf Telefoninterviews ihre Ausschöpfungsraten gegenüber den anfänglichen Studien sogar noch verbessern, was auf die strenge Selektion der Interviewer und auf deren intensive Schulung zurückgeführt wird. Allerdings und dennoch stagniert der Ausschöpfungswert seit etwa zwei Jahren. Probleme bei der Realisierung von Interviews gibt es dagegen nur bei face-to-face Interviews.
Infas Sozialforschung	In der Anfangszeit nach der Wiedervereinigung der beiden Teile Deutschlands war oft zu hören, daß sich die ostdeutsche Bevölkerung lieber befragen lasse als die westdeutsche und somit höhere Ausschöpfungsquoten zu erzielen seien. Inzwischen haben sich die Quoten angenähert, was mit Verschleiß der Verbindlichkeit begründet wird. Wir möchten die These dagegenhalten, daß die Teilnahmebereitschaft auch in der Anfangszeit wesentlich von Thema und vom Aufwand als von der gesellschaftlichen Tradition abhing. Die wichtigste Botschaft ist, daß Ausschöpfungsquoten erheblich variieren können in Abhängigkeit von der Erhebungsmethode, der Stichprobe, der Zielgruppe, dem Thema, dem Design und den - förderlichen wie auch hinderlichen - Begleitumständen. Die ausgewählten Studien weisen darauf hin, daß auch bei Konstanthalten einiger dieser Faktoren die Ausschöpfungen aufgrund anderer diskriminierender Bedingungen variieren können.
Infratest	Schwieriger zu realisieren sind vor allem persönlich-mündliche Befragungen, wobei für die Ausschöpfungen aber auch die Stichprobenverfahren von Bedeutung sind. Ist der Interviewer selbst dafür verantwortlich, angelaufene Adressen zu notieren, kann man nicht sicher ausschließen, daß er die eine oder andere erfolglos angelaufene Adresse unter den Tisch fallen läßt, so daß sich eigentlich keine genauen Aussagen zum Stichprobenbrutto machen lassen.
Marplan	Insgesamt sind sozialwissenschaftliche Interviews aus der Sicht von Marplan heute schwieriger zu realisieren, als dies früher, also vor 5, 10 oder 20 Jahren der Fall gewesen ist. Die Themen sind oft weit entfernt von den Lebenswelten der Befragungspersonen, Desinteresse an Politik überhaupt mischt sich mit subjektiv empfundener oder objektiv gegebener inhaltlicher Inkompetenz. Die Folge ist eine von vornherein höhere Verweigerungsbereitschaft. Bei manchen politikwissenschaftlichen Umfragen ist es eher erstaunlich, daß überhaupt noch jemand zur Teilnahme an der Befragung bereit ist. Auf der anderen Seite konnte Marplan anhand einer Zeitreihenerhebung bei Rauchern zum Thema Rauchen zeigen, daß es keine generelle und dramatische Tendenz zu sinkenden Ausschöpfungsquoten bei Befragungen gibt. Wenn das Thema interessant ist, gibt es praktisch keine Probleme mit der Teilnahmebe-

	reitschaft und damit auch mit den Ausschöpfungsraten. Vor allem Marktfor- schungsumfragen laufen deshalb immer noch gut, weil der Gegenstand der Befragung häufig für die Befragungsperson von persönlichem Interesse ist, weil einzelne Themen nicht zu sehr vertieft werden und die Themen auch schnell wechseln. Die Befragten empfinden das Interview als abwechslungs- reich und fühlen sich davon auch nicht überfordert. Allgemein kann gesagt werden: Bei Spezialpopulationen, die zu ihrem „Spezialthema“ befragt werden, ist kein deutlicher Rückgang der Ausschöpfungsquote zu vermerken.
USUMA	Wir haben in dem Zeitraum sowohl mündliche, telefonische und schriftliche Befragungen durchgeführt. Bei den telefonischen Umfragen handelte es sich fast ausschließlich um Firmenbefragungen. Da der größte Teil Interviews in diesem Zeitraum mündlich geführt wurden, wollen wir auch nur dazu Stellung nehmen. Unabhängig von der Stichprobenrealisierung sind Interviews in den neuen Bundesländern heute wesentlich schwerer, als kurz nach der Wende zu führen.

4. Und: Was sind die Ursachen dafür, daß Interviews heute schwieriger zu realisieren sind?

Die Ursachen, die dafür verantwortlich gemacht werden, daß Interviewen heute schwieriger ist als früher, sind sehr vielfältig und sehr unterschiedlich. Am häufigsten genannt werden die Angst vor Haustürverkäufen, die Zunahme von Vertreterbesuchen oder die Angst vor Kriminalität, die dazu führen, daß die Haustüren verschlossen bleiben.

Generell kann man von sechs Gruppen von Ursachen ausgehen:

- allgemeine gesellschaftliche Veränderungen (z. B. mehr Singlehaushalte, geringere Erreichbarkeit, abnehmende Bereitschaft zur gesellschaftlichen Partizipation)
- Stellenwert von Umfragen generell (z. B. mangelnde Aufklärung über den Sinn von Umfragen, „Beliebigkeit“ der Ergebnisse)
- Veränderung in der Bedeutsamkeit informationeller Selbstbestimmung (geänderte Einschätzung des Wertes von Information, Eingriff in die Intimsphäre, Datenschutz)
- Furcht vor unmittelbaren Beeinträchtigungen durch den Kontakt zu Fremden (Angst vor Haustürkäufen, Zunahme von Vertreterbesuchen, Angst vor Kriminalität)
- Forschungs- und Methodenprobleme (z. B. Zeitdruck, hohe Kosten, zu lange Interviews, monotones Abfragen, für die Befragten uninteressante Fragen) und
- Institutsprobleme (z. B. Motivierung der Interviewer, niedrige Honorare).

Basis Research	<p>Die Ursachen für die angestiegenen Schwierigkeiten beim Durchführen persönlich-mündlicher Interviews sind sicherlich vielfältig. Gesellschaftliche Veränderungen, die zur Zunahme der schon immer schwer erreichbaren Ein-Personen-Haushalte führen, könnten hier genauso erwähnt werden wie die abnehmende Bereitschaft zu gesellschaftlicher und/oder politischer Partizipation, die sehr unterschiedlich diskutiert wird.</p> <p>Ein institutsrelevantes Problem sind aber die Interviewer selbst, die sich gegenüber früheren Jahren verändert haben. Früher nämlich war Interviewen ein wichtiger Teil der ökonomischen Grundlage der Interviewer, heute werden die Interviews „so nebenbei“ durchgeführt. Die Tatsache, daß der finanzielle Ertrag aus der Interviewerarbeit bei Interviewern heute meist von relativ geringerer Bedeutung ist als früher, führt zu einer geringeren Motivation, Interviews auch dann zu realisieren, wenn es schwierig wird.</p> <p>Darüber hinaus machen noch zwei weitere Faktoren das Interviewen heute schwieriger, nämlich die Datenschutzproblematik (speziell nach der Volkszählung) und hauptsächlich die Befürchtung, daß der Interviewer etwas verkaufen will.</p>
EMNID	<p>Ursachen hierfür sind unserer Meinung nach unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mangelnde Aufklärung (vor allem der Zielgruppe Bevölkerung) über Sinn und Zweck seriöser Markt- und Meinungsforschung • Zunahme von Vertreterbesuchen und Werbesendungen • Generell die Abnahme der Bereitschaft zu Gesprächen mit fremden Personen • Zu lange Interviews (Befragungsdauer 60 Min. +) häufig gerade im wissenschaftlichen Sektor • Ermüdendes und uninteressantes Fragebogendesign wie z. B. monotone Skalenabfragen • Für den Befragten uninteressante Themenbereiche der Umfrage
FGWahlen	<p>Probleme bei der Realisierung von Interviews gibt es dagegen nur bei face-to-face Interviews. Diese Probleme resultieren zu einen aus einer - im Vergleich zu telefonischen Umfragen - geringeren Bezahlung der Interviewer, zum anderen aus den sehr eingeschränkten Kontrollmöglichkeiten bei face-to-face Befragungen. Eine andere Ursache für die Feldprobleme bei face-to-face Befragungen liegt eventuell auch darin, daß durch die zunehmende Verbreitung von telefonischen Befragungen bei vielen Instituten die Auslastung und damit auch die Intensität der Pflege des Interviewerstabes für persönliche Interviews abnimmt.</p>
Infas Sozialforschung	<p>Tendenzen zur low budget-Forschung unter restriktiven Zeitbedingungen. Immer häufiger sehen sich private wie öffentliche Auftraggeber Etatkürzungen ausgesetzt. Ein zu enges Zeit- und Kostenbudget wirkt sich letztlich auf die Feldqualität aus, weil Geld und Zeit für intensive Ausschöpfungsstrategien fehlen.</p> <p>Abstrakter formuliert: wir führen einen Teil der erhöhten Realisierungsschwierigkeiten bei der Ausschöpfung von Stichproben auf die veränderten Lebensumstände zurück. Neben der geringeren Erreichbarkeit bestimmter Gruppen zählen dazu auch die Angst vor Kriminalität oder Drückerkolonnen, die die Türen auch vor den seriösen Befragungsinstituten verschließen.</p>

Infratest	<p>Es gibt eine Reihe von Ursachen, die dafür verantwortlich sind, daß Interviews heute schwieriger zu realisieren sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der „Soziale Wandel“, der sich z.B. in einer sinkenden Neigung zu altruistischen Handlungen niederschlägt. • Die verschärften Bestimmungen für den Datenschutz, die z. B. nicht gestatten, Verweigerungen nochmals mit einem anderen Interviewer nachzubearbeiten. • Die letzte Volkszählung. Die öffentliche Diskussion im Zusammenhang mit der Volkszählung hat dazu geführt, daß sich bei vielen Personen eine ablehnende Haltung gegenüber Befragungen im allgemeinen herausgebildet hat. INFRATEST hat durch die Volkszählung einen Einbruch in den Ausschöpfungsquoten durch steigende Verweigerungen registriert. Dieser Trend hat sich zwar nach einigen Monaten leicht erholt, aber insgesamt haben sich Ausschöpfungsquoten jetzt auf niedrigerem Niveau eingependelt. • Die zunehmende Anzahl von Singlehaushalten, die dazu führt, daß Interviewer in einer angelaufenen Wohnung niemanden antreffen. • Die steigende Kriminalitätsfurcht, die durch die Medienberichterstattung angeheizt wird. Folge: Die Zielpersonen öffnen nicht mehr die Tür bzw. lassen keinen Interviewer in ihre Wohnung. • Die gestiegenen Kosten, die sich auch in höheren Reisekosten für die Interviewer niederschlagen. Das weitere Ausschöpfen einer Stichprobe wird ab einem bestimmten Punkt unrentabel und vom Auftraggeber nicht mehr finanziert.
Marplan	<p>Unabhängig vom Thema ist fehlende Zeit ein Faktor, der Interviews heute schwieriger macht.</p>
USUMA	<p>1990 war in der Bevölkerung der neuen Bundesländer eine hohe Bereitschaft vorhanden, an Umfragen teilzunehmen. Umfragen waren etwas Neues und es wurde unvoreingenommen die Möglichkeit genutzt, seine Meinung zu äußern. Ausschöpfungen von 85-90% waren keine Seltenheit und ohne zusätzlichen Aufwand erreichbar.</p> <p>Der direkte Kontakt und Berichte von Presse, Rundfunk und Fernsehen über Versicherungsbetrüger, Drückerkolonnen, Haustürgeschäfte usw. haben nach und nach die Leute mißtrauischer gestimmt. Negative Selbsterfahrungen oder negative Erfahrungen im Bekanntenkreis haben spürbar die Bereitschaft zur Teilnahme an mündlichen Befragungen in der Wohnung gesenkt. In der Stadt gibt es mehr Ängste als auf dem Land und so fällt dann auch die Ausschöpfung in den Städten schlechter aus, als auf dem Land. Auch der kompliziertere Zugang zu den Wohnungen durch verschlossene Eingangstüren ab 18 Uhr, machen das normale Random-Route schwieriger als vorher.</p> <p>Natürlich sind Ursachen nicht nur durch veränderte Situationen bei den Befragten zu finden, sondern auch bei den im Wandlungsprozeß befindlichen Interviewern aus den neuen Bundesländern zu suchen. War früher mehr das Interesse an der kommunikativen Seite der Interviewertätigkeit im Vordergrund, so kann man heute feststellen, daß der Verdienst weitgehend zur Motivierung beiträgt.</p>

5. Was sind Maßnahmen, um diesen Ursachen entgegenzuwirken?

5.1 Denkbare (auch „utopische“) Maßnahmen

5.2. Konkrete, von (Institut) durchgeführte Maßnahmen (Interviewten-Honorare? Erfolgshonorare für Interviewer? Ankündigung der Befragung vorab? Erhöhung der geforderten Kontaktversuche?)

Denkbare Maßnahmen gegen sinkende Ausschöpfungsquoten konzentrieren sich im wesentlichen auf die Interviewer, die Fragebogen und die Studiendesigns: bessere Motivierung der Interviewer durch bessere Schulung, höhere Honorare und Erfolgshonorare für die Interviewer, kürzere, bessere und interessantere Fragebogen, Vorabankündigung der Interviews, längere Feldzeiten und Erhöhung der Kontaktfrequenz.

Besonders EMNID betont aber auch die Wichtigkeit der Aufklärung der Bevölkerung über den Sinn und Zweck von Umfragen und schlägt u.a. Anzeigenaktionen, verstärkte Öffentlichkeitsarbeit der Institute und Einführung eines einheitlichen Interviewerausweises als vertrauensbildende Maßnahmen vor. Infas Sozialforschung ist der Ansicht, daß es weniger die unmittelbaren Incentives sind, die zur Teilnahme bewegen, sondern die „Norm der sozialen Verbindlichkeit“; man fordert deshalb „sozial akzeptable und relevante Erhebungsthemen“, eine Verbesserung des Images und des Auftretens der Forschungsinstitute, zumutbare Befragungsumstände und andere diese „Kultur der Verbindlichkeit“ stützende Maßnahmen. Wichtig seien auch „Bestrebungen, die Glaubwürdigkeit der Profession durch Selbstverpflichtungen zu stärken“.

Konkrete, von den Instituten bereits durchgeführte Maßnahmen sind u. a. Erfolgshonorare für die Interviewer, Incentives für die Befragten (was aber durchaus konträr gesehen wird; besonders ablehnend: Infratest und Marplan; zumindest unter bestimmten Umständen eher positiv: Basis Research und USUMA), Ankündigungsschreiben oder telefonische Vorkontakte oder ein Rückruftelefon mit 0130-Nummer im Institut.

Basis Research	Als denkbare Maßnahme, um sinkenden Ausschöpfungsraten entgegenzuwirken, ist vor allem eine bessere Motivierung der Interviewer zu nennen, und das heißt, vor allem eine bessere Schulung und besseres Honorar. Dieses kann auch verbunden werden mit Erfolgshonoraren für Interviewer, wenn es sich um besonders schwer erreichbare Zielgruppen handelt. Grundsätzlich sollten alle Befragungen vorab vom Interviewer im Haushalt angekündigt werden, da das die Teilnahmemotivation nicht unwesentlich erhöht. Bei besonders zeitaufwendigen Befragungen wird zudem mit Befragten-Incentives gearbeitet. Aus ökonomischen Überlegungen kann das aber nicht grundsätzlich als Instrument zur Erhöhung der Ausschöpfung eingesetzt werden.
-----------------------	--

EMNID	Denkbare Maßnahmen, den oben genannten Ursachen entgegenzuwirken wä-
--------------	--

	<p>ren: Aufklärung der Bevölkerung über Sinn und Zweck von Markt- und Meinungsforschung zum Beispiel durch</p> <ul style="list-style-type: none"> * Anzeigenaktionen/Fernsehspots, organisiert von BVM/ADM * Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Instituts durch mehr Öffentlichkeitsarbeit * Einführung eines einheitlichen Interviewerausweis-Layouts in Deutschland von ADM-Instituten * Verteilung von Befragtenpräsenten * Ankündigung von Befragungen <p>Bei EMNID werden folgende Maßnahmen zur Unterstützung der Interviewer durchgeführt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zahlung einer Prämie bei kompletter Erfüllung eines Klumpens • Bei einigen Studien/Zielgruppen Zahlung eines Befragtenhonorars bzw. Verteilung von Incentives • Versand von diversen Hilfsmitteln für die Kontaktaufnahme mit den Zielpersonen (Visitenkarten, Ankündigungsschreiben, etc.) • 0130-ger Telefonnummern für den Kontakt mit dem Institut • Eigene Interviewerzeitung • Persönliche Schulungen allgemein und in bestimmten Fällen projektbezogene Interviewerschulungen
FGWahlen	<p>Als Maßnahmen, um den Problemen bei der Durchführung persönlich-mündlicher Interviews entgegenwirken zu können, empfiehlt die Forschungsgruppe Wahlen in erster Linie kürzere Fragebogen und den Verzicht auf bestimmte schwierige Fragen (wie z. B. nach dem Nettoeinkommen) oder endlose Fragebatterien.</p> <p>Zur Qualitätssicherung und Verbesserung ihrer eigenen telefonischen Felder baut die Forschungsgruppe Wahlen auf Maßnahmen zur Qualitätsanhebung der Interviewer, Telefontests bei Einstellung und eine harte Selektion der Interviewer.</p>
Infas Sozialforschung	<p>Die zentrale Frage ist, welche Motive der Teilnahme an Befragungen zugrunde liegen. Die Mehrzahl der Befragungen ist mit keinem unmittelbaren Nutzen für den Befragten bzw. das Unternehmen verbunden. Die Tatsache, daß auch Befragtenvergütungen oder Preisverlosungen keine durchschlagende Wirkung auf die Ausschöpfung haben, spricht nicht dafür, daß der Nutzenaspekt sich wesentlich verbessern läßt. Was letztlich eine ausgewählte Zielperson bewegt an der Befragung teilzunehmen, ist die Norm der sozialen Verbindlichkeit. Sozial akzeptable und relevante Erhebungsthemen, das Image und Auftreten der Forschungsinstitute, die Zumutbarkeit der Befragungsumstände und andere Faktoren, die diese Kultur der Verbindlichkeit stützen, sind u. E. Eckpfeiler für die Akzeptanz bei den Befragten.</p> <p>In der Profession hört man zunehmend die Befürchtung, daß in einer Gesellschaft, die sich hedonistisch gebärdet, die Norm der sozialen Verbindlichkeit an Kraft verlieren könnte. Nach unserer, zugestandenermaßen nicht ausreichend empirisch gestützten Wahrnehmung greift die soziale Verbindlichkeit trotz unverkennbarer Individualisierungstendenzen. An einem Beispiel formuliert: auch hochmobile, beruflich gut positionierte junge Singles verweigern sich dem Interview nicht häufiger als andere Bevölkerungsgruppen. Das Problem ist</p>

	<p>vielmehr, sie überhaupt zu Hause anzutreffen.</p> <p>Dazu zählen u.a. telefonische Vorkontakte, Terminvereinbarungen oder auf Wunsch ein Informationsschreiben. Wichtig sind auch Bestrebungen, die Glaubwürdigkeit der Profession durch Selbstverpflichtungen zu stärken. Der Ethik-Code, der Verzicht auf Direktmarketing oder Grundsätze des Datenschutzes sind wichtige Beiträge zur Struktur und Kultur des Befragungsgeschäfts.</p>
Infratest	<p>Beste Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Teilnahmebereitschaft sind kürzere Fragebogen und interessantere Interviews.</p> <p>Besondere Gratifikationen für die Zielpersonen werden generell abgelehnt, weil sie die „Moral verderben“.</p>
Marplan	<p>Denkbare Maßnahmen, mit denen sinkenden Ausschöpfungsquoten entgegen gewirkt werden kann, sind vor allem eine Verlängerung der Feldzeit, die Erhöhung der Kontaktfrequenz und die Bezahlung der Anfahrten. Aber: alle diese Maßnahmen kosten Zeit und Geld, und beides ist oft nicht vorhanden. Befragtenhonoraren oder sonstigen Gratifikationen der Befragten steht Marplan skeptisch gegenüber. Gelegentlich werden Lotterielose als Teilnahmeanreiz ausgelobt, im Prinzip werden Gratifikationen der Befragten aber abgelehnt, weil sie bei den Befragungspersonen Begehrlichkeiten wecken und die Befragungssituation beeinflussen könnten. Abgesehen von der MA trifft Marplan in der Praxis keine besonderen Maßnahmen zur Erhöhung der Ausschöpfungen, weil alles zu aufwendig und zu teuer und zu langwierig wäre.</p>
USUMA	<ul style="list-style-type: none"> • Planung längerer Projekt-Feldzeiten für intensiveren Nacheinsatz • ausreichend Geldmittel, um angemessene Honorare an die Interviewer zahlen zu können • ausreichend Geldmittel, um bei längeren Interviews Inzentives an die befragten geben zu können • zumutbare Interviewlängen, telefonisch auf maximal 20 Minuten, face-to-face auf maximal 45 Minuten • Honorarstaffelung je Point für bessere Ausschöpfung • kurze Feldzeitvorgaben für die Interviewer, um den Nacheinsatz genauer zu planen • Diszipliniertes Auftreten der Interviewer, unaufgeforderte Vorlage des Interviewerausweises mit dem Personalausweis und genaue Erläuterungen zum Datenschutz und Übergabe einer Datenschutzerklärung an jeden Befragten • Vorlage von Auftraggeberschreiben, wenn damit die Wissenschaftlichkeit einer Untersuchung oder deren guter Zweck deutlich gemacht werden kann • Einbeziehung der Medien bei regionalen Studien durch Informationen über das Anliegen der Studie und über das Erhebungsinstitut Ausführliche und präzisere Berichterstattung in Presse und Rundfunk über den methodischen Background der Studien und die Arbeit der Interviewer und den <fehlt im Originaltext>, so daß über den Nachweis der wissenschaftlichen Arbeit die allgemeine Antwortbereitschaft positiv beeinflusst (wird, R.P.) • Interviewer nutzen Anmeldeöglichkeiten in Form von Anmeldekarten, -briefen oder -telefonaten

	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung von studienorientierten Schulungen der Interviewer und nach Möglichkeit Durchführung von Problemschulungen nach der halben Feldzeit • Erhöhung der Kontaktversuche bei Telefoninterviews • Durchführung von Wiederholungsbesuchen durch anderen Interviewer • Sukzessiver Adresseneinsatz bei Adreßstichproben, um hohem Adreßverschleiß entgegenzuwirken • Nacheinsatz der Adressen bei Random-Route-Studien, die durch mehrmaligen erfolglosen Kontakt systematisch ausgefallen sind
--	---

6. Wie realisiert (Institut) das ADM-Design für Allgemeinbefragungen? (Bei der FG Wahlen wurde nach der Ermittlung der Zielhaushalte gefragt)

Die Antworten zu Frage 6 werden hier nicht im einzelnen aufgeführt, weil

- a) nicht alle Institute diese Frage beantwortet haben und
- b) sowohl die Quantität wie auch der Fokus der Antworten sehr unterschiedlich und nur wenig vergleichbar ist.

Die Antworten der Institute auf Frage 6 können der Dokumentation im Anhang entnommen werden.

6.1 Welche Arten von Ausfällen unterscheidet (Institut)? Wie werden „neutrale“ und „nichtneutrale“ Ausfälle definiert?

Weitgehende Einigkeit besteht, bei geringfügigen Differenzen im Detail, über die Definition von neutralen und nicht-neutralen (systematischen) Ausfällen: Qualitätsneutrale Ausfälle sind solche, bei denen eine Adresse ohne Verschulden von Interviewer oder Befragungsperson nicht realisiert werden kann. Das Nicht-Beherrschen der deutschen Sprache ist der einzige Ausfallgrund, der einmal zu den qualitätsneutralen (Basis Research), einmal zu den systematischen Ausfällen (Infratest) gerechnet wird.

Basis Research	Als qualitätsneutral gilt ein Ausfall dann, wenn eine Adresse nicht durch „Verschulden“ eines Dritten - wie z. B. Interviewer oder Befragtem - zum Ausfall wird. Als Beispiele seien hier aufgeführt: Wohnung unbekannt, keine Zielperson im Haushalt, Haushalt der deutschen Sprache nicht mächtig. Alle anderen Ausfälle, wie z. B. Verweigerungen und Nicht-Antreffbarkeit, sind selbstverständlich systematische Ausfälle.
-----------------------	--

EMNID	EMNID unterscheidet zwischen qualitätsneutralen und systematischen Ausfällen.
--------------	---

	<p>Qualitätsneutrale Ausfälle:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angegebene Straße/Hausnummer nicht auffindbar • Wohnung/Untermietwohnung unbewohnt/Geschäft/Büro • Keine Person der Zielgruppe im Haushalt • Nicht bearbeitete Adressen <p>Systematische Ausfälle:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Im Haushalt trotz mehrmaligem Besuch niemand angetroffen • Haushalt verweigert jede Auskunft • Zielperson trotz mehrmaliger Besuche nicht angetroffen • Zielperson vorübergehend krank bzw. nicht in der Lage, dem Interview zu folgen • Zielperson verreist, in Urlaub • Zielperson verweigert das Interview • sonstige Ausfallgründe
Infas Sozialforschung	<p>Im letzteren Fall kommt es für die Selektivitätsanalysen darauf an, daß die „systematischen Ausfälle“¹ möglichst differenziert erfaßt werden. Die Möglichkeiten der Realisierung wiederum variieren in Abhängigkeit von der Zielpopulation und des gewählten Stichprobenansatzes.</p> <p>¹ Zu den systematischen Ausfallgründen gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verweigert • Nicht erreichbar • Nicht befragbar, weil krank, pflegebedürftig etc. <p>Diese Ausfallgründe können von Studie zu Studie unterschiedlich sein. Je spezifischer die Zielpopulation definiert ist, desto präziser lassen sie sich angeben. Von den systematischen Ausfällen sind die neutralen Ausfälle zu unterscheiden. Hierzu gehören: Zielperson nicht auffindbar, unbekannt, verstorben etc. Auch die neutralen Ausfälle sind von Studie zu Studie unterschiedlich zu fassen: Soll eine sehr spezifische Zielpopulation einbezogen werden ist die Kategorie: „Zielperson gehört nicht zur Grundgesamtheit“ meist der bedeutendste neutrale Ausfallgrund.</p>
Infratest	<p>Bruttoansatz Adresse falsch Zielperson verstorben Zielperson verzogen Zielperson gehört nicht zur Zielgruppe Summe Qualitätsneutrale Ausfälle</p> <p>Verbleibende Adressen Im Haushalt niemanden angetroffen (ggfs. bereinigt um den Anteil von Haushalten ohne Zielperson) Zielperson nicht angetroffen Zielperson verreist, im Urlaub Zielperson krank / nicht in der Lage, dem Interview zu folgen Zielperson nicht bereit aus Zeitgründen Zielperson nicht bereit aus anderen Gründen Sprachprobleme sonstige Ausfälle Summe systematische Ausfälle Ausgewertete Interviews</p>

	Ausschöpfung
Marplan	<p>Von „qualitätsneutralen“ Ausfällen spricht Marplan dann, wenn beispielsweise</p> <ul style="list-style-type: none"> • die angegebene Straße oder die Hausnummer nicht auffindbar ist, • die Wohnung unbewohnt ist, • sich ein Geschäft/Büro darin befindet, oder • im Haushalt keine der vorgegebenen Zielgruppe lebt, z. B. Ausländer. <p>Von systematischen Ausfällen spricht Marplan bei Punkten wie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Haushalt niemand angetroffen, • Haushalt verweigert jede Auskunft, • Zielperson trotz mehrerer Besuche nicht erreichbar, • vorübergehend krank, oder • Zielperson verweigert das Interview
USUMA	<p>USUMA rechnet allgemein folgende Ausfallgründe zu 'neutralen' Ausfällen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adresse nicht auffindbar • Adresse gehört nicht zur Stichprobe (Wohnung ist nicht bewohnt/ Gewerbenutzung) • Haushalt gehört nicht zur Stichprobe (keine Zielperson vorhanden/Zielperson verstorben) <p>USUMA rechnet allgemein folgende Ausfallgründe zu den 'nichtneutralen' Ausfällen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haushalt auch nach 3/4 Kontakten nicht angetroffen • Kontaktperson verweigert Interview • Zielperson verweigert Interview • Zielperson im Untersuchungszeitraum nicht anwesend • Zielperson krank oder geistig behindert <p>In Absprache mit dem Auftraggeber werden die allgemeinen Ausfallgründe entsprechend dem Untersuchungsziel auch untersetzt.</p>

6.2 Wieviele Kontaktversuche, wann und in welchen zeitlichen Abständen werden normalerweise vorgeschrieben?

Die Anzahl der Kontaktversuche reicht beim persönlich-mündlichen Interview von „normalerweise nur 2“ (Marplan) über „standardmäßig 3“ bis „standardmäßig ... mindestens 3“ (Basis Research, USUMA). Die Kontaktversuche erfolgen zu unterschiedlichen Wochentagen und/oder zu unterschiedlichen Tageszeiten. Mehr Kontakte sind möglich, müssen aber vom Kunden honoriert werden.

Basis Research	Grundsätzlich werden für den Haushaltskontakt mindestens drei Kontaktversuche zu unterschiedlichen Zeiten vorgeschrieben. Sofern der Kunde bereit ist, entsprechende Mehrkontakte zu honorieren, werden auch mehr Kontaktversuche als Minimum vorgegeben. Dies gilt jedoch nicht, wenn der Haushalt oder die Zielperson die Teilnahme am Interview bereits bei einem Kontakt verweigert hat. Diese Adressen dürfen aus standesrechtlichen und datenschutzrechtlichen Gesichtspunkten nicht wieder angegangen werden.
EMNID	Allgemeine Vorschriften für unsere Interviewer über die Kontaktversuche bei Random-Route: <ul style="list-style-type: none"> • 3 Kontaktversuche • an drei unterschiedlichen Wochentagen • zu unterschiedlichen Uhrzeiten
FGWahlen	Die Feldzeit der meisten Umfragen beträgt 4 bis 5 Tage, dabei werden durchschnittlich 6 Kontaktversuche pro Telefonnummer vorgenommen. Bei Nummern mit Freizeichen beträgt die Zahl der Kontakte mindestens 10.
Infas Sozialforschung	<ul style="list-style-type: none"> • face to face: mindestens 5 Kontaktversuche - bei Personenstichprobe 10 Kontaktversuche (s. dazu S. 20 des Artikels von Hess, Schröder und Smid im Anhang zur Infas Sozialforschung GmbH) • Telefoninterviews: keine Begrenzung • gesteuert wird die Kontaktaufnahme über das Kontaktprotokoll, das alle Wochentage, Zeiten und Kontaktorte erfaßt (s. dazu S. 17 des Artikels von Hess, Schröder und Smid im Anhang zur Infas Sozialforschung GmbH)
Infratest	Standardmäßig sind drei Adressen-Kontaktversuche zu unterschiedlichen Tageszeiten an unterschiedlichen Wochentagen vorgegeben.
Marplan	Aus Kostengründen sind normalerweise nur 2 Kontaktversuche vorgeschrieben, was zu einer verhältnismäßig hohen Zahl Nicht-Erreichbarer führt.
USUMA	Standardmäßig sind mindestens 3 Kontaktversuche vorgeschrieben, wobei ein Kontaktversuch zwischen 18 und 20 Uhr liegen muß. An einem Tag sollte der Zielhaushalt nicht öfter als 2 mal kontaktiert werden, wobei der Wiederholungskontakt für den Vormittag am Nachmittag liegen sollte und umgekehrt. In Absprache mit dem Auftraggeber sind durchaus auch 4 Kontakte mit 2 Abendbesuchen üblich.

6.3 Wie detailliert werden Gründe für Nichterreichbarkeit erfaßt? Sind die Interviewer gehalten, Informationen über den Aufenthalt der im Zielhaushalt zu befragenden Personen zu ermitteln (z. B. bei Nachbarn nachfragen)?

Gründe für Nichterreichbarkeit von Zielpersonen werden über Auskunftspersonen im Haushalt erfragt und in Ausfall- bzw. Kontaktprotokollen erfaßt. Kann im Haushalt niemand angetroffen werden, wird nicht versucht, Informationen über den Haushalt von Dritten abzufragen. Marplan nimmt es hin, ohne dies aber zu fordern, daß Interviewer Auskünfte über die Erreichbarkeit von Haushalten bei Nachbarn zu erfahren versuchen; ist es erforderlich, daß verzogene Personen kontaktiert werden müssen, versucht auch USUMA, die neue Adresse über die Nachbarn zu ermitteln.

Basis Research	Gründe für die Nichterreichbarkeit einer Zielperson lassen sich - soweit andere Personen im Haushalt angetroffen werden - exakt ermitteln und werden vom Interviewer angegeben. Bei Haushaltsadressen, bei denen mehrfach niemand angetroffen wird, werden in der Regel keine Informationen von Dritten eingeholt, um hier nicht den Verdacht des „Schnüffeln“ aufkommen zu lassen.
EMNID	Die Gründe für nicht erreichte Haushalte/Zielpersonen werden lt. Ausfallprotokoll (Ausfallgründe lt. Ausschöpfungsprotokoll) erfaßt.
FGWahlen	keine Angaben
Infas Sozialforschung	Die Gründe werden „offen“ im Kontaktprotokoll erfaßt; die Verweigerungsgründe werden inhaltsanalytisch aufbereitet und dienen der Modellierung für die Selektivitätsanalyse.
Infratest	Aus der Rücklaufmeldung ist erkennbar, daß generell zwischen Antreffbarkeit beim Haushalt und bei der Zielperson unterschieden wird. Zusätzliche Informationen werden nicht erhoben. Auskünfte beim Nachbarn werden weder vorgegeben noch eingeholt (Datenschutz).
Marplan	<p>Der Interviewer ist von Marplan nicht mit dem Auftrag versehen, sich über den Aufenthalt der zu befragenden Person zu erkundigen. Gleichwohl weiß Marplan, daß Interviewer, wenn sie den Eindruck haben, hier ist jemand gerade in Urlaub oder auf einer längeren Reise, sich bei den Nachbarn nach seiner etwaigen Rückkehr erkundigen, um gegebenenfalls im noch möglichen Zeithorizont des Feldeinsatzes ein Interview durchführen zu können.</p> <p>Standardmäßig kann der Interviewer bei Nichtzustandekommen eines Interviews folgende Ausfallgründe dokumentieren:</p> <p>Code:</p> <p>2 = angegebene Straße/Hausnummer/Stockwerk/Wohnungstür nicht auffindbar.</p> <p>3 = Wohnung/Untermieterwohnung unbewohnt/verzogen</p> <p>4 = Haushalt gehört nicht zur Stichprobe (z.B. Geschäft, Büro, Anstalt)</p> <p>5 = keine Person innerhalb der angegebenen Altersgruppe/Zielgruppe im Haushalt vorhanden.</p> <p>6 = trotz dreimaliger Besuche niemand im Haushalt angetroffen.</p> <p>7 = Haushalt verweigert jede Auskunft.</p> <p>8 = Zielperson trotz dreimaliger Besuche nicht angetroffen (z.B. verreist, im Urlaub, im Krankenhaus).</p> <p>9 = Zielperson kann dem Interview geistig oder körperlich nicht folgen, krank.</p> <p>0 = Zielperson verweigert das Interview.</p> <p>X = Zielperson der deutschen Sprache nicht mächtig, Zielperson wegen Sprachschwierigkeiten nicht festzustellen.</p> <p>Y = Sonstige Ausfallgründe, bitte notieren: _____</p>
USUMA	Die Dokumentation der Nichterreichbarkeit erfolgt in der Regel ohne weitere Recherche durch den Interviewer. Also es reicht die Auskunft der Kontaktperson, daß die Zielperson im Untersuchungszeitraum nicht anwesend ist oder es ist die Anzahl der erforderlichen Kontakte ohne Ergebnis durchgeführt worden. Nur bei solchen Paneluntersuchungen, wo die Ermittlung der Adresse von Umgezogenen eine Rolle spielt, wird auch auf die Recherche bei Nachbarn zurückgegriffen.

6.4 Wie definiert (Institut) „harte“ Verweigerer? Wann kann der Interviewer eine Zielperson als endgültigen Verweigerer klassifizieren?

Harte Verweigerungen liegen dann vor, wenn die Zielperson die Teilnahme am Interview verweigert oder irgendeine Person des Haushalts den Zugang zur Zielperson verhindert. Für Infratest ist jeder ein (harter) Verweigerer, der aus anderen als aus Zeitgründen nicht an einer Befragung teilnehmen will.

Basis Research	keine Angaben
EMNID	<p>Es gibt zwei Typen von sogenannten „harten Verweigerern“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Interviewer hat bei allen drei vorgeschriebenen Kontaktversuchen keine Möglichkeit, die konkrete Zielperson innerhalb des Haushaltes festzustellen, da er/sie immer an der Wohnungstür ohne weitere Informationen über den Haushalt abgewiesen wird. • Die festgestellte Befragungsperson kann bei 3 Besuchen nicht befragt werden bzw. verweigert das Interview.
FGWahlen	keine Angaben
Infas Sozialforschung	Harte Verweigerer sind nur Zielpersonen, die grundsätzlich die Auskünfte verweigern (s. dazu S. 17 und S. 18f des Artikels von Hess, Schröder und Smid im Anhang zur Infas Sozialforschung GmbH sowie die Anlage „Kontaktprotokoll für Point:....“ zu diesem Artikel, und dort die Codes 33 und 35)
Infratest	Jeder, der an einer Befragung aus anderen als Zeitgründen nicht teilnehmen will, ist ein 'harter' Verweigerer. Das Kontaktverhalten (des Interviewers und der Kontaktperson) bis zu dieser Ablehnung wird nicht registriert. Da die Interviewer ein Erfolgshonorar erhalten, dürfte die 'Überzeugungsintensität' hoch sein.
Marplan	Marplan begreift als „harte“ Verweigerer tatsächlich nur solche, bei denen entweder die öffnende Person eines Haushalts jede Auskunft verweigert oder die Zielperson letztlich das gleiche tut.
USUMA	Harte Verweigerer bei Random Route sind Kontaktpersonen oder Zielpersonen, die trotz Überzeugungsarbeit des Interviewers (face-to-face oder telefonisch) eindeutig zu verstehen geben, daß sie kein Interview geben wollen. Einige Interviewer melden sich durch Karten oder per Telefon persönlich zum Interview an. Dies ist jedem Interviewer freigestellt. Wenn dann der Haushalt bei USUMA anruft und von einem Interview Abstand nimmt, wird versucht, den Interviewer sofort zu unterrichten, und es wird ein harter Ausfall definiert. Ähnlich wird bei Adreßstichproben verfahren, wenn vor der Befragung Anschreiben an die Befragten geschickt werden. Jede ablehnende Haltung, die bei USUMA registriert wird, führt zur Sperrung der Adresse für die Feldarbeit.

7. Welche Vorschriften existieren für random route-Verfahren? Wie und durch wen wird die Einhaltung der Vorschriften kontrolliert? Was geschieht beim random route, wenn eine vorgegebene Startposition nicht existiert?

Die Frage nach den Vorschriften für random route-Verfahren beantworten die Institute unter Hinweis auf detaillierte Vorschriften, die den Interviewern in Schulungsunterlagen, Interviewerhandbüchern, Schulungsreferaten oder ähnlichem vermittelt werden. Einige dieser Unterlagen finden sich im Anhang.

Basis Research	<p>Für random-route-Verfahren gibt es bei BASISRESEARCH detaillierte Vorschriften, die den Interviewern im Rahmen ihrer, der Aufnahme in den Interviewerstab vorausgehenden, vier Probeinterviews nahegebracht werden. Der Interviewer erhält einen Startpunkt vorgeschrieben, von dem ausgehend er, einem genau spezifizierten Weg folgend, Adressen auflistet. Grundsätzlich werden alle Zwischenadressen aufgelistet.</p> <p>Da BASISRESEARCH grundsätzlich den Interviewern die genauen Point-Abgrenzungen vorgibt, lassen sich auf diesem Weg die geographische Einhaltung der Begehungsvorschriften sehr gut kontrollieren. Durch zusätzliche, den Haushaltstyp qualifizierende Merkmale, wird der Versuch unternommen, das Auslassen von „unbequemen“ Adressen zu unterbinden.</p> <p>Sollte in einem Point keine Startposition vorhanden sein, werden Buchstabenkombinationen für Straßennamen vorgegeben oder öffentliche Gebäude, die als Startposition gelten, wie z. B. Post, Kirche, Dorfplatz.</p>
EMNID	<p>Die EMNID-Vorschriften für das Random-Route-Verfahren sind in unserem Interviewer-Handbuch festgelegt, das jeder Interviewer bei seiner Einstellung erhält.</p> <p>Die Einhaltung des Random-Route-Weges ist nur mit äußerster intensivem Personaleinsatz an Hand von aktuellen Stadtplänen des jeweiligen Sample-Points möglich. EMNID führt diese Überprüfungen nur bei konkreten Fälschungsverdacht (negativem Kontrollergebnis; Durchführung der Interviews in auffällig vielen Straßen) durch.</p> <p>Nicht existierende, laut ADM vorgegebene Startadressen werden bei Anruf des Interviewers durch eine andere Startadresse des points ersetzt. Die falsche Startadresse wird in der Sample-Point-Datei als „falsch“ markiert.</p>
FGWahlen	keine Angaben
Infas Sozialforschung	<p>Letztlich wäre das Einhalten der random route-Vorschriften nur durch eine 1:1-Nachbegehung möglich. Bei infas Sozialforschung wird dies durch Vergleich mit mikrogeographischen Daten versucht und insgesamt über die Kontaktprotokoll-Datei geprüft. Interviewerkontrolle bei 20% der Stichprobe (vgl. dazu S. 21 des Artikels von Hess, Schröder und Smid im Anhang zur Infas Sozialforschung GmbH)</p>
Infratest	<p>siehe Anhang "Schulungsreferat Auswahlverfahren"</p> <p>Kontrollmaßnahme:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formal mittels Durchsicht der Adressenliste und Vergleich mit Interviewdaten (Zahl der Zielpersonen im Haushalt, Alter der Zielperson und Geschlecht). Bei Verdacht auf Unstimmigkeit Nachbegehung durch den Chefinterviewer, wenn notwendig. • Inhaltlich: Ziehung einer Zufallsstichprobe aus den durchgeführten Interviews und Kontrolle per Postkarte und Telefonanruf.

Marplan	Beim random-route-Verfahren sind, soweit es um ADM-Stichproben geht, nicht existente Startpositionen wirklich die Ausnahme, bedingt durch die Tatsache, daß BIK Aschpurwis für alle Netze, die die Institute kaufen, Begehungen durchführt. Marplan schreibt den Interviewern vor, von einer bestimmten Startadresse (Straße) aus nach einer bestimmten Schrittlänge Haushalte aufzusuchen oder nach vorgegebenen Anfangsbuchstaben Haushalte zu notieren. Die Einhaltung der Vorschriften ist nur ganz grob kontrollierbar, es sei denn, man macht äußerst aufwendige Nachbegehungen. Marplan muß sich auf korrektes Interviewerverhalten verlassen. Korrektes Interviewerverhalten liegt auch im Interesse der Interviewer selbst, wenn sie an einer kontinuierlichen Arbeit interessiert sind.
USUMA	siehe Anhang

8. Welche Vorschriften gelten für das Auffinden von Zielpersonen in Haushalten? Wie und durch wen wird die Einhaltung der Vorschriften kontrolliert?

Die Ermittlung der Zielperson im Haushalt erfolgt durch den Schwedenschlüssel oder ähnliche Verfahren; so verwendet EMNID einen Geburtstagsschlüssel (die Person im Haushalt, die als erstes im Jahr Geburtstag hat). Bei telefonischen Befragungen kommen die next-birthday- oder die last-birthday-Methode zum Einsatz. Die Einhaltung der Vorschriften für das Auffinden der Zielpersonen wird bei der Rücklaufkontrolle und durch schriftliche oder telefonische Kontrollen der befragten Personen überprüft

Basis Research	Die Ermittlung der Zielperson im Haushalt erfolgt nach Auflistung der im Haushalt dauerhaft wohnenden potentiellen Zielpersonen bei face-to-face Interviews mit Hilfe des Schwedenschlüssels und bei telefonischen Interviews nach der next-birthday-Methode. Die Einhaltung der Vorschriften für die Auswahl der Zielpersonen werden sowohl beim Rücklauf der Interviews im Institut als auch bei anschließenden telefonischen oder schriftlichen Kontrollen überprüft.
EMNID	Bei der Auswahl der Befragungspersonen innerhalb des Haushaltes gelten folgende Vorschriften: <ul style="list-style-type: none"> • In der Regel Zufallsauswahl nach dem Geburtstagsschlüssel (die Person der Zielgruppe, die als Erste im Jahr Geburtstag hat) • Auf Kundenwunsch auch Schwedenschlüssel o.ä. Die Kontrolle der Einhaltung der Zielpersonenauswahl innerhalb des Haushaltes wird stichprobenhaft bei verschiedenen Studien im Rahmen der telefonischen Kontrollanrufe durchgeführt.
FGWahlen	Für das Auffinden der Personen im Haushalt kommt die Last-birthday-Methode zum Einsatz.
Infas Sozialforschung	Swedenschlüssel, 20% Interviewerkontrolle.

Infratest	siehe Anhang "Schulungsreferat Auswahlverfahren" Kontrollmaßnahme: <ul style="list-style-type: none"> • Formal mittels Durchsicht der Adressenliste und Vergleich mit Interviewdaten (Zahl der Zielpersonen im Haushalt, Alter der Zielperson und Geschlecht). Bei Verdacht auf Unstimmigkeit Nachbegehung durch den Chefinterviewer, wenn notwendig. • Inhaltlich: Ziehung einer Zufallsstichprobe aus den durchgeführten Interviews und Kontrolle per Postkarte und Telefonanruf.
Marplan	Gleiches (wie für das Auffinden der Haushalte; R.P.) gilt für das Auffinden von Zielpersonen in Haushalten. Aufgrund der Adressenliste und den Eintragungen beim Schwedenschlüssel hat Marplan die Möglichkeit der Kontrolle; ansonsten eben wiederum Nachbegehungen.
USUMA	siehe Anhang

9. Wie geht (Institut) bei Nachbearbeitungen vor? Wie werden Nachbearbeitungen im Feld umgesetzt?

Die Vorgehensweise bei Nachbearbeitungen ist zwischen den Instituten recht unterschiedlich und reicht von „keine Einzelnachbearbeitung“ über die Nachbearbeitung aller nachbearbeitbaren Adressen innerhalb eines Klumpens bis zum Nachversand „strukturausgleichender“ Klumpen.

Basis Research	
EMNID	Nachbearbeitungen von nicht komplett bearbeiteten Points werden in der Regel von dem bei der ersten Bearbeitung eingesetzten Interviewer durchgeführt. Diese Nachbearbeitungen sind häufig nur mit einem erhöhten finanziellen Aufwand möglich.
FGWahlen	keine Angaben
Infas Sozialforschung	Gesteuert über die Kontaktprotokolle-Datei kontinuierlich während der gesamten Feldlaufzeit durch eine gezielte Auswertung auf Point- und Interviewerebene (s. dazu S. 17ff und Anlagen zum Artikel von Hess, Schröder und Smid im Anhang zur Infas Sozialforschung GmbH)
Infratest	Sehr unterschiedlich, kommt auf den methodischen Anspruch des jeweiligen Projekts an: Von der Nachbearbeitung aller nachbearbeitungsfähigen Adressen (keine Verweigerungen!) bis zum Nachversand strukturausgleichender Random-Route-Klumpen.
Marplan	Nachbearbeitungen sind nur als Nacheinsatz innerhalb des definierten Zeitrahmens möglich. Einzelne Interviews, bei denen Unkorrektheiten welcher Art auch immer festgestellt werden, fallen sofort aus der Stichprobe. Eine Einzelnachbearbeitung gibt es in diesem Sinn bei Marplan nicht.

USUMA	<p>Jeder Point durchläuft während der Feldzeit mehrere kürzere Arbeitsphasen, die in unserem Interviewereinsatzsystem dokumentiert werden. Diese Arbeitsphasen werden bei USUMA bewußt kurz gehalten, d.h. in der Regel sind es 10 Tage. Nach dem Ende einer Arbeitsphase kann der Point jetzt folgenden Bearbeitungsstand haben:</p>	
	Bearbeitungsstand	Maßnahme
	abgeschlossen:	alle Interviews sind erledigt
	teilabgeschlossen:	die Anzahl der geforderten Interviews für diesen Point ist noch nicht erreicht, eine weitere Arbeitsphase (Nachbereitung) ist erforderlich
	nicht abgeschlossen, noch in Arbeit:	der Interviewer hat begründet noch nichts abgeschickt, will aber noch weiter an dem Point arbeiten, es ist zunächst keine weitere Arbeitsphase (Nachbereitung) erforderlich
	ausgefallen:	nach Abschluß der Arbeitsphase gibt es keine Informationen über den Point, eine weitere Arbeitsphase (Nachbereitung) ist notwendig
<p>Die Nachbearbeitung der ausgefallenen Points erfolgt über einen kompletten Neueinsatz, d.h. auch über einen anderen Interviewer. Die Feldabteilung klärt unabhängig davon telefonisch, schriftlich, telegrafisch oder über einen anderen Interviewer die näheren Umstände des Ausfalls.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Nachbereitung der teilabgeschlossenen Points erfolgt bei Adreßstichproben nach dem folgenden Schema: Wir arbeiten nach Möglichkeit mit 3-facher Übersetzung der Adreßstichprobe bezogen auf die Zahl der zu führenden Interviews, d.h. mit einer Hauptstichprobe für die erste Arbeitsphase und 2 Kompletstichproben für die weiteren Arbeitsphasen (Nacheinsätze). In der ersten Arbeitsphase wird nur die Hauptstichprobe ins Feld gegeben. Nach der ersten Arbeitsphase werden neben den geführten Interviews auch alle Informationen zu den in Arbeit befindlichen Adressen an USUMA geschickt. Nach Erfassung der Ausfallgründe werden alle Adressen der Hauptstichprobe, die wegen Nichterreichbarkeit systematisch ausgefallen sind, noch einmal ins Feld gegeben. Für alle anderen Ausfälle werden Adressen zunächst aus der Ersatzstichprobe 2 und wenn das nicht reicht, aus der Ersatzstichprobe 3 nachgezogen. Dieses Verfahren wird wiederholt und erlaubt eine genaue Kontrolle des Feldverlaufs unter Berücksichtigung der geforderten Ausschöpfungen, wenn man davon ausgeht, daß die nichteingesetzten Adressen wie qualitätsneutrale Ausfälle behandelt werden. • Die Nachbereitung der teilabgeschlossenen Points erfolgt bei Random-Route-Auswahl einerseits durch nochmaligen Kontakt bei bereits aufgelisteten Adressen, andererseits durch eine Fortsetzung des Random-Route-Weges oder aber durch Vergabe einer neuen Startadresse. 		

10. Werden bei sich häufenden Ausfällen bei der Bearbeitung eines Points in einer Untersuchung Interviewer ausgetauscht?

Die Nachbearbeitung von nicht ausgeschöpften Points erfolgt in der Regel nicht mehr durch den zunächst eingesetzten, sondern durch einen anderen Interviewer.

Basis Research	Bei sich häufenden nichtantreffbaren Personen in einem Point können durch den Einsatz anderer Interviewer gegebenenfalls bessere Erfolge erzielt werden.
EMNID	Ein Austausch von Interviewer ergibt sich häufig in der Praxis allein aus der Tatsache, daß ein Interviewer, der einen Point nur teilweise oder gar nicht bearbeitet hat, diesen Point nicht nochmals bearbeiten will.
FGWahlen	keine Angaben
Infas Sozialforschung	Ja, auch dies ist über die Kontaktprotokolle-Datei gesteuert.
Infratest	Grundsätzlich wird die Nachbearbeitung durch einen anderen Interviewer durchgeführt. Ausnahmen von diesem Grundsatz sind erlaubt, wenn Zeit und/oder Kosten seine Einhaltung nicht zulassen.
Marplan	Daß sich Ausfälle innerhalb eines Points häufen, gibt es kaum, eher trennt sich Marplan von dem zuständigen Interviewer. Indessen sollte man bedenken, daß Marplan bei 12 verfügbaren überschneidungsfreien Netzen den gleichen Point nur in größeren Zeitabständen wieder zu bearbeiten hat.
USUMA	Über den Status jedes Points ist die Feldabteilung sowohl hinsichtlich der Gesamtstudie als auch über den Stand nach Interviewern unterrichtet. Bei sich häufenden Ausfällen werden selbstverständlich andere Interviewer eingesetzt, wenn die konkreten Gründe, die zu den Ausfällen führten, in irgendeinem Zusammenhang mit dem Interviewer stehen.

11. Wie definiert (Institut) „Ausschöpfungen“, wie berechnet (Institut) die Ausschöpfungsquote?

Die Ausschöpfung wird normalerweise verstanden als das Verhältnis von realisierten Interviews zur Nettostichprobe, die wiederum resultiert aus der Subtraktion der stichprobenneutralen (qualitätsneutralen) Ausfälle vom Gesamtbrutto aller Adressen. Basis Research verweist explizit darauf, daß der Ausschöpfungsbegriff insofern problematisch sei, als durch unterschiedliche Zuordnung von Ausfällen zu den qualitätsneutralen oder zu den systematischen Ausfällen das Ausgangsbrutto manipuliert werden könne.

Basis Research	Generell ist der Ausschöpfungsbegriff insofern problematisch, als durch unterschiedliche Zuordnungen von „qualitätsneutralen“ und „systematischen“ Ausfällen das Ausgangsbrutto manipuliert werden kann.
EMNID	EMNID definiert und berechnet Ausfälle wie folgt: Ausschöpfung: Grundgesamtheit (aufgelistete Ausgangsadressen) abzüglich qualitätsneutrale Ausfälle = bereinigte Stichprobe abzüglich systematische Ausfälle = Ausschöpfung
FGWahlen	Zur Berechnung der Ausschöpfungsraten gibt es zwei Varianten: a) Realisierte Interviews im Verhältnis zu allen angewählten Nummern (incl. ohne Anschluß) b) Realisierte Interviews im Verhältnis zu allen kontaktierten Nummern
Infas Sozialforschung	ZUMA-Standard (s. dazu S. 17f des Artikels von Hess, Schröder und Smid im Anhang zur Infas Sozialforschung GmbH)
Infratest	vgl. Frage 6.1
Marplan	Die Ausschöpfungsquote ist das Ergebnis von Brutto eingesetzte Adressen minus Qualitätsneutrale Ausfälle minus Systematische Ausfälle und schließlich weitere Eliminierung der nicht auswertbaren, weil z.B. falschen oder gefälschten Interviews.
USUMA	Ausschöpfung ist das Verhältnis von durchgeführten Interviews zum Nettoansatz der Adressen und wird bei USUMA nach folgender Formel berechnet: Bruttoansatz - neutrale Ausfälle = Nettoansatz $\text{Ausschöpfung} = (\text{Nettoansatz} - \text{nicht neutrale Ausfälle}) / \text{Nettoansatz} * 100$ Neutrale und nicht neutrale Ausfälle sind unter 6.1. definiert. Bei Adreßstichproben rechnen wir den neutralen Ausfall 'Adresse nicht benutzt' mit ein, so daß über alle Adressen lückenlos Rechenschaft gegeben werden kann.

12. Wo liegt die untere Grenze für akzeptable Ausschöpfungen²? Gibt es einen Ausschöpfungswert, bei dessen Unterschreitung (Institut) die Aussagekraft einer Befragung in Frage stellen würde?

Die „Gretchenfrage“, wo die untere Grenze für noch akzeptable Ausschöpfungen liegt, wird nur von zwei Instituten mit einem konkreten Wert beantwortet, der als Norm genannt wird: Die FG Wahlen und Marplan legen die unterste Grenze für noch zu tolerierende Ausschöpfungen auf 50% fest. Von zwei Instituten werden - unter den gegebenen finanziellen und zeitlichen Bedingungen - 50 bis 65% (EMNID) bzw. 55 bis 65% (Marplan) Ausschöpfungen für reali-

² Nach Ansicht von Infratest „bezieht sich dieser Abschnitt - und auch die Stellungnahmen der Institute - auf **Bevölkerungstichproben**. Das sollte in der Überschrift dokumentiert sein.“ (Brief Von der Heyde an Porst vom 9. August 1996). Wir stimmen dieser Ansicht zu, wollen aber dennoch die Formulierung hier beibehalten, weil es sich um die Frageformulierung handelt, die den Instituten im Original vorgelegen hatte.

stisch und machbar gehalten. Höhere Ausschöpfungswerte sind schlicht „unrealistisch“ (Marplan), Ausschöpfungsraten von 80% werden als „Augenwischerei“ bezeichnet (Forschungsgruppe Wahlen). Infas Sozialforschung, das eine maximale Stichprobenausschöpfung generell für unverzichtbar hält, Infratest und USUMA legen sich bei der Frage nach Ausschöpfungsquoten nicht auf einen bestimmten Wert fest.

Basis Research	keine Angaben
EMNID	Nach unserer Meinung liegen die zur Zeit mit den uns zur Verfügung stehenden zeitlichen und geldlichen Mitteln zu realisierenden Ausschöpfungsquoten bei 50 bis 65 Prozent.
FGWahlen	Die untere Grenze der noch tolerierten Ausschöpfung liegt bei 50%. Faktisch liegen alle bisherigen Umfragen der Forschungsgruppe Wahlen über diesem Wert (was nicht zuletzt Folge der Feldsteuerungsmöglichkeiten beim Telefoninterview ist). Behauptete Ausschöpfungsquoten von 80% sind nach Meinung der FGW Augenwischerei.
Infas Sozialforschung	<p>Um gleich jedem Zweifel zuvor zu kommen: eine maximale Stichprobenausschöpfung ist unverzichtbar. Dies gilt für jede Art von empirischer Erhebung; sei es eine sozialwissenschaftliche Studie, eine Marktforschungsstudie oder eine Wahlbefragung.</p> <p>Verfehlt wäre auch, einen Ausschöpfungsstandard unbefristet als verbindlich zu definieren. Notwendig ist vielmehr eine Überprüfung dieser Standards in gewissen Zeitabständen.</p> <p>Ausschöpfungen mit mehr als 60 Prozent sind nur mit einem nicht unerheblichen Aufwand, solche mit über 70 Prozent nur in seltenen Fällen und wiederum gepaart mit besonderen Anstrengungen zu erreichen. Die Variation bei den Ausschöpfungsquoten sollte daher als Warnung vor der Formulierung von eingängig formulierten Standards, die einseitig nur die Ausschöpfungsquote ins Blickfeld rücken, genommen werden.</p> <p>Für die Projektabwicklung in der infas-Sozialforschung halten wir die Maximierung der Ausschöpfung bei sozialwissenschaftlichen Studien für unverzichtbar. Einerseits aus methodischen Gründen, weil eine hohe Ausschöpfung eine notwendige, wenn auch nicht hinreichende Bedingung für unverzerrte Stichproben liefert. Andererseits ist aber aus rein geschäftlichen Gründen ein hoher methodischer Standard der Abwicklung der Projekte in der Zukunft existenzsichernd.</p>
Infratest	Wenngleich der Ausschöpfungswert an sich nicht so wichtig ist, sollte er doch eine bestimmte Marke überschreiten. Da sich die Gruppe der Verweigerer nicht aufweichen läßt, kann man lediglich die Schwererreichbaren zur Erhöhung der Ausschöpfung bearbeiten. Da diese Gruppe in vermutlich systematischer Weise von der Gesamtstichprobe abweicht, führt die Erhöhung der Ausschöpfung durch eine vermehrte Bearbeitung der Schwererreichbaren letztendlich sogar zu einer Stichprobenverzerrung. Das Festhalten an dem vor Jahrzehnten etablierten "Normwert" (beispielsweise so festgehalten in den sogenannten ZAW-Normen) hält man bei Infratest für unsinnig. Man habe mit der Einführung von CATI die Möglichkeit geschaffen, das Feldgeschehen und damit die Realisierung der Stichprobe genau zu beobachten und zu kontrollie-

	ren. Für manche Fragestellungen ist es ausreichend, mit niedrigen Ausschöpfungen die Grundgesamtheit abzubilden.
Marplan	Als untere Grenze für akzeptable Ausschöpfungen gilt bei Marplan der Wert 50%; in der Regel sind Ausschöpfungsraten von 55 - 65% realistisch. Darüber hinausgehende Offerten sind unrealistisch.
USUMA	Eine untere Grenze für Ausschöpfungen gibt es in dem Sinne bei USUMA nicht. Bei der Auswertung wird berücksichtigt, in welcher Weise eine niedrige Ausschöpfung die Aussagen über die angestrebte Zielgruppe beeinflusst.

13. Halten Sie nachträgliche Gewichtungsverfahren für geeignete Gegenmaßnahmen, wenn die Ausschöpfungsraten sinken?

Alle Institute verwenden gewisse Formen der Gewichtung, um Verzerrungen bei der Stichprobenrealisierung auszugleichen. Man ist sich darüber einig, daß Gewichtung zu diesem Zweck geeignet ist, aber an sich keine geeignete Maßnahme gegen Feldprobleme darstellt.

Basis Research	Zusätzlich zu den geschilderten Maßnahmen, Vorgaben und Richtlinien sind Strukturüberprüfungen der Stichproben unabdingbar. Das setzt voraus, daß sekundärstatistische Daten zum Vergleich verfügbar sind, um die Stichprobenqualität prüfen und gegebenenfalls Gewichtungen vornehmen zu können. Die Prüfung der Stichprobenqualität wird - bei Repräsentativuntersuchungen anhand des ADM-Stichprobendesigns - stets auf der Grundlage des transformierten Datensatzes (Personenstichprobe) vorgenommen, da die sekundärstatistischen Daten in der Regel auf Personenstichproben beruhen (z. B. Mikrozensus). Eine anschließende Strukturgewichtung ist die Regel.
EMNID	Wir halten nachträgliche Gewichtungsverfahren für geeignet, um unterschiedliche Ausschöpfungsraten für unterschiedliche Bevölkerungsteilgruppen auszugleichen (z.B. Single-Haushalte).
FGWahlen	Die Forschungsgruppe Wahlen verwendet in allen Auswertungen - auch bei ihren Wahlprognosen - lediglich die Transformationsgewichtung und ein Redressment nach Alter und Geschlecht.
Infas Sozialforschung	Die Korrektur der Verzerrungen wird über Gewichtungen realisiert, wobei es unabdingbar ist, zu prüfen, ob es überhaupt sinnvoll ist, eine Gewichtung vorzunehmen. ¹ Fälle bei denen eine pauschale Gewichtung nicht ratsam ist, sind meist gerade solche, die eine Korrektur besonders nötig haben, d.h., Studien mit eher geringer Ausschöpfung. Schon von daher rechtfertigt es sich, hohe Ausschöpfungen anzustreben. Gewichtungen verbieten sich hingegen, wenn es im Hinblick auf die Befragungseinheiten keine Informationen über die Grundgesamtheit gibt. ¹ Analysen zeigen, daß eine Gewichtung auf Basis einer sog. „pauschalen Hochrechnung“ mit einer iterativen Randgewichtung z.T. mit erheblichen Veränderungen der Daten in den einzelnen Zellen einhergehen kann, die es notwendig machen, darauf zu verzichten. Nur in seltenen Fällen ist der „Gewichtungserfolg“ so genau zu überprüfen, wie beispielsweise bei Wahltagsbefragungen. Der Maßstab ist hier das reale Wahlergebnis, an dem sich jeweils die Wirkung der Gewichtung nachweisen läßt. Allerdings handelt es sich hier um eine vergleichsweise unkomplizierte Fragestellung.

Infratest	Sinkende Ausschöpfungsraten fordern analytische und Ausgleichsverfahren, das heißt zunächst muß geprüft werden, ob Repräsentanz-/Proportionalitätsprobleme auftreten. Wenn ja, ist Gewichtung eins von mehreren Verfahren zum Ausgleich.
Marplan	Marplan gewichtet, hält dies aber nicht unbedingt für eine glückliche Lösung von Feldproblemen.
USUMA	USUMA hält nachträgliche Gewichtungsverfahren nicht für geeignete Maßnahmen gegen sinkende Ausschöpfungen. Die Gewichtungen dienen lediglich dem Ausgleich von Stichprobenfehlern in bezug auf bekannte Parameter der Grundgesamtheit. Dadurch können nur solche systematischen Ausfälle kompensiert werden, die mit den bekannten Parametern der Grundgesamtheit im Zusammenhang stehen. Man denke hierbei an Alters- oder Geschlechtsverteilungen und an damit korrelierende Größen bei Bevölkerungsumfragen.

5. Fazit

Nach der Darstellung der Ausschöpfungsproblematik aus der ZUMA-Perspektive (Porst 1993) liegen nun auch Stellungnahmen der kommerziellen Meinungs- und Umfrageinstitute zum Thema vor. Sieben von neun kontaktierten Instituten haben sich in dankenswerter Offenheit zu Ausschöpfungen geäußert. Die Antworten der Institute auf die Fragen von ZUMA sind fragenspezifisch detailliert dargestellt worden, in ihrer Gesamtheit finden sie sich im Anhang.

Das Thema „Ausschöpfungen“ wird von den Instituten insgesamt durchaus für wichtig gehalten, wobei die Frage nach Ausschöpfungen und Ausschöpfungsquoten aber vor allem bei sozialwissenschaftlichen (akademischen) Umfragen und Umfragen im Medienbereich eine zentrale Rolle spiele; in anderen Bereichen, insbesondere bei kommerziellen Kunden der Marktforschung, sei das Thema dagegen eher von geringer Bedeutung.

Die Frage, ob Interviews heute schwieriger zu realisieren sind als früher, wird zumeist mit „Ja“ beantwortet; Interviews seien heute tatsächlich schwieriger oder gar wesentlich schwieriger zu realisieren als früher. Nur Infas Sozialforschung vertritt die Position, eine generelle Tendenz zu geringeren Ausschöpfungsraten sei nicht nachweisbar. Basis Research stellt fest, daß das Interviewen zwar in den letzten 20 Jahren schwieriger geworden sei, aber in den letzten 6-8 Jahren nicht mehr. Dem steht die Ansicht von USUMA entgegen, daß Interviews heute schwieriger zur realisieren seien, als dies vor 5 Jahren der Fall war.

Probleme mit Ausschöpfungen gebe es nur im Bereich persönlich-mündlicher Umfragen; bei Telefonumfragen seien keine Ausschöpfungsprobleme aufgrund sinkender Teilnahmebereitschaft zu verzeichnen. Marplan verweist darauf, daß sozialwissenschaftliche Umfragen heute schwieriger zu realisieren seien, weil die Themen von den Lebenswelten der Befragten zu weit entfernt seien; bei Spezialpopulationen, die zu ihrem „Spezialthema“ befragt würden, sei kein

deutlicher Rückgang der Ausschöpfungsquoten zu verzeichnen. Die Bedeutung des Themas für die Teilnahmebereitschaft wird von mehreren Instituten betont.

Unterschiedliche Meinungen gibt es zur Frage nach der Bedeutung der Art der Stichprobenrealisierung: Während z.B. Infas Sozialforschung darauf verweist, daß Ausschöpfungsquoten erheblich variieren können in Abhängigkeit von der Erhebungsmethode, der Stichprobe, der Zielgruppe usw. stellt USUMA fest, daß in den neuen Bundesländern Interviews heute schwieriger zu realisieren seien, und zwar unabhängig von der Stichprobenrealisierung.

Die Ursachen, die dafür verantwortlich gemacht werden, daß Interviewen heute schwieriger ist als früher, sind sehr vielfältig und sehr unterschiedlich. Generell kann man von sechs Gruppen von Ursachen ausgehen: allgemeine gesellschaftliche Veränderungen (z. B. mehr Singlehaushalte), Stellenwert von Umfragen generell (z. B. Sinnhaftigkeit von Umfragen), Betonung der informationellen Selbstbestimmung), Furcht vor Fremden (Angst vor Kriminalität), Forschungs- und Methodenprobleme (z. B. Zeitdruck, hohe Kosten) und Institutsprobleme (z. B. Motivierung der Interviewer).

Denkbare Maßnahmen gegen sinkende Ausschöpfungsquoten konzentrieren sich im wesentlichen auf die Interviewer, die Fragebogen und die Studiendesigns: bessere Motivierung der Interviewer durch bessere Schulung, höhere Honorare und Erfolgshonorare für die Interviewer, kürzere, bessere und interessantere Fragebogen, Vorabankündigung der Interviews, längere Feldzeiten und Erhöhung der Kontaktfrequenz.

Betont wird aber auch die Wichtigkeit der Aufklärung der Bevölkerung über den Sinn und Zweck von Umfragen; vorgeschlagen werden u.a. Anzeigenaktionen, verstärkte Öffentlichkeitsarbeit der Institute und Einführung eines einheitlichen Interviewerausweises als vertrauensbildende Maßnahmen. Infas Sozialforschung ist der Ansicht, daß es weniger die unmittelbaren Incentives sind, die zur Teilnahme bewegen, sondern die „Norm der sozialen Verbindlichkeit“; man fordert deshalb „sozial akzeptable und relevante Erhebungsthemen“, eine Verbesserung des Images und des Auftretens der Forschungsinstitute, zumutbare Befragungsumstände und andere diese „Kultur der Verbindlichkeit“ stützende Maßnahmen. Wichtig seien auch „Bestrebungen, die Glaubwürdigkeit der Profession durch Selbstverpflichtungen zu stärken“.

Konkrete, von den Instituten bereits durchgeführte Maßnahmen sind u. a. Erfolgshonorare für die Interviewer, Incentives für die Befragten (was aber durchaus konträr gesehen wird), Ankündigungsschreiben oder telefonische Vorkontakte oder ein Rückruftelefon mit 0130-Nummer im Institut.

Weitgehende Einigkeit besteht, bei geringfügigen Differenzen im Detail, über die Definition von neutralen und nicht-neutralen (systematischen) Ausfällen: Qualitätsneutrale Ausfälle sind solche, bei denen eine Adresse ohne Verschulden von Interviewer oder Befragungsperson nicht realisiert werden kann. Das Nicht-Beherrschen der deutschen Sprache ist der einzige Ausfallgrund, der einmal zu den qualitätsneutralen, einmal zu den systematischen Ausfällen gerechnet wird.

Die Anzahl der Kontaktversuche reicht beim persönlich-mündlichen Interview von „normalerweise nur 2“ (Marplan) über „standardmäßig 3“ bis „standardmäßig ... mindestens 3“ (Basis Research, USUMA). Die Kontaktversuche erfolgen zu unterschiedlichen Wochentagen und/oder zu unterschiedlichen Tageszeiten. Mehr Kontakte sind möglich, müssen aber vom Kunden honoriert werden.

Gründe für Nichterreichbarkeit von Zielpersonen werden über Auskunftspersonen im Haushalt erfragt und in Ausfall- bzw. Kontaktprotokollen erfaßt. Kann im Haushalt niemand angetroffen werden, wird nicht versucht, Informationen über den Haushalte von Dritten abzufragen. Marplan nimmt es hin, ohne dies aber zu fordern, daß Interviewer Auskünfte über die Erreichbarkeit von Haushalten bei Nachbarn zu erfahren versuchen; ist es erforderlich, daß verzogene Personen kontaktiert werden müssen, versucht auch USUMA, die neue Adresse über die Nachbarn zu ermitteln.

Harte Verweigerungen liegen dann vor, wenn die Zielperson die Teilnahme am Interview verweigert oder irgendeine Person des Haushalts den Zugang zur Zielperson verhindert und ihn auch zu keinem anderen Zeitpunkt zulassen würde.

Die Frage nach den Vorschriften für random-route-Verfahren beantworten die Institute unter Hinweis auf detaillierte Vorschriften, die den Interviewern in Schulungsunterlagen, Interviewerhandbüchern, Schulungsreferaten oder ähnlichem vermittelt werden.

Die Ermittlung der Zielperson im Haushalt erfolgt durch den Schwedenschlüssel oder ähnliche Verfahren; so verwendet EMNID einen Geburtstagsschlüssel (die Person im Haushalt, die als erstes im Jahr Geburtstag hat). Bei telefonischen Befragungen kommen die next-birthday- oder die last-birthday-Methode zum Einsatz. Die Einhaltung der Vorschriften für das Auffinden der Zielpersonen wird bei der Rücklaufkontrolle und durch schriftliche oder telefonische Kontrollen der befragten Personen überprüft

Die Vorgehensweise bei Nachbearbeitungen ist zwischen den Instituten recht unterschiedlich und reicht von „keine Einzelnachbearbeitung“ über die Nachbearbeitung aller nachbearbeitba-

ren Adressen innerhalb eines Klumpens bis zum Nachversand „strukturausgleichender“ Klumpen.

Die Nachbearbeitung von nicht ausgeschöpften Points erfolgt in der Regel nicht mehr durch den zunächst eingesetzten, sondern durch einen anderen Interviewer.

Die Ausschöpfung wird normalerweise verstanden als das Verhältnis von realisierten Interviews zur Nettostichprobe, die wiederum resultiert aus der Subtraktion der stichprobenneutralen (qualitätsneutralen) Ausfälle vom Gesamtbrutto aller Adressen. Basis Research verweist explizit darauf, daß der Ausschöpfungsbegriff insofern problematisch sei, als durch unterschiedliche Zuordnung von Ausfällen zu den qualitätsneutralen oder zu den systematischen Ausfällen das Ausgangsbrutto manipuliert werden könne.

Die „Gretchenfrage“, wo die untere Grenze für noch akzeptable Ausschöpfungen liegt, wird nur von zwei Instituten mit einem konkreten Wert beantwortet, der als Norm genannt wird: Die FG Wahlen und Marplan legen die unterste Grenze für noch zu tolerierende Ausschöpfungen auf 50% fest. Von zwei Instituten werden - unter den gegebenen finanziellen und zeitlichen Bedingungen - 50 bis 65% (EMNID) bzw. 55 bis 65% (Marplan) Ausschöpfungen für realistisch und machbar gehalten. Höhere Ausschöpfungswerte sind schlicht „unrealistisch“ (Marplan), Ausschöpfungsraten von 80% werden als „Augenwischerei“ bezeichnet (Forschungsgruppe Wahlen). Infas Sozialforschung, das eine maximale Stichprobenausschöpfung generell für unverzichtbar hält, Infratest und USUMA legen sich bei der Frage nach Ausschöpfungsquoten nicht auf einen bestimmten Wert fest. Alle Institute verwenden gewisse Formen der Gewichtung, um Verzerrungen bei der Stichprobenrealisierung auszugleichen. Man ist sich darüber einig, daß Gewichtung zu diesem Zweck geeignet ist, aber an sich keine geeignete Maßnahme gegen Feldprobleme darstellt.

Literatur

- Allerbeck, K. und W. Hoag (1985): Zur Methodik der Umfragen. Frankfurt/Main: Johann Wolfgang von Goethe-Universität.
- Anders, M. (1985): Sinkende Ausschöpfungsquoten - und was man dagegen tun kann, S. 75 - 80, in: Kaase, M. und M. Küchler, Hg. (1985): Herausforderungen der empirischen Sozialforschung. Beiträge aus Anlaß des zehnjährigen Bestehens des Zentrums für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim: ZUMA.
- Bailar, B.A. und C. Lanphier (1978): Development of Survey Methods to Assess Survey Practices. Washington D.C., American Statistical Association
- Diekmann, A. (1995): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- Dillman, D. A. (1978): Mail and Telephone Surveys. The Total Design Method. New York: Wiley.
- Erbslöh, B. und A. Koch (1988): Die Non-Response-Studie zum ALLBUS 1986: Problemstellung, Design, erste Ergebnisse. S. 29 - 44, in: ZUMA-Nachrichten 22, Mannheim: ZUMA.
- Groves, R. M. (1989): Survey Errors and Survey Costs. New York et.al: John Wiley & Sons
- Hartmann, P. (1990): Wie repräsentativ sind Bevölkerungsumfragen? Ein Vergleich des ALLBUS und des Mikrozensus. S. 7 - 30 in: ZUMA-Nachrichten 26, Mannheim: ZUMA
- Hartmann, P. und B. Schimpl-Neimanns (1992): Sind Sozialstrukturanalysen mit Umfragedaten möglich? Analysen zur Repräsentativität einer Sozialforschungsumfrage. S. 315 - 340 in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 44
- Hippler, H.-J. (1985): Schriftliche Umfragen bei repräsentativen Bevölkerungsstichproben oder: Wie erreicht man 78%. S. 71 - 74 in: Kaase, M. und M. Küchler, Hg. (1985): Herausforderungen der empirischen Sozialforschung. Beiträge aus Anlaß des zehnjährigen Bestehens des Zentrums für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim: ZUMA.
- Hippler, H.-J. (1988): Methodische Aspekte schriftlicher Befragungen: Probleme und Forschungsperspektiven. S. 244 - 248, in: Planung und Analyse 6.
- International Social Survey Programme ISSP 1989. Codebook: ZA-No. 1840, Köln: Zentralarchiv für empirische Sozialforschung.
- International Social Survey Programme ISSP 1990. Codebook: ZA-No. 1950, Köln: Zentralarchiv für empirische Sozialforschung.
- International Social Survey Programme ISSP 1991. Codebook: ZA-No. 2150, Köln: Zentralarchiv für empirische Sozialforschung.
- Jung, M. (1989): Auf dem Weg zu einer besseren Datenqualität. Ein Zwischenbericht über die Erfahrungen mit telefonischen Umfragen. Arbeitspapier Nr. 1 der Forschungsgruppe Wahlen e.V.
- Kaase, M. und M. Küchler, Hg. (1985): Herausforderungen der empirischen Sozialforschung. Beiträge aus Anlaß des zehnjährigen Bestehens des Zentrums für Umfragen, Methoden und Analysen, Mannheim: ZUMA.
- Koch, A. (1993): Sozialer Wandel als Artefakt unterschiedlicher Ausschöpfung? Zum Einfluß von Veränderungen der Ausschöpfungsquote auf die Zeitreihen des ALLBUS. S. 83 - 113 in: ZUMA-Nachrichten 33. Mannheim: ZUMA
- Koch, A., Gabler, S. und M. Braun (1994): Konzeption und Durchführung der allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) 1994. Mannheim: ZUMA.
- Landgrebe, K. P. (1992): Ausschöpfungen. S. 19 - 22 in: Planung und Analyse, Heft 2
- Lessler, J. T. und W. D. Kalsbeek (1991): Nonsampling Errors in Surveys. New York et.al: John Wiley & Sons, Inc.
- Krug, W. und M. Nourney (1982): Wirtschafts- und Sozialstatistik: Gewinnung von Daten. München
- Porst, R. (1985): Praxis der Umfrageforschung. Stuttgart: Teubner.
- Porst, R. (1991): Ausfälle und Verweigerungen bei einer telefonischen Befragung. ZUMA-Arbeitsbericht 91/10. Mannheim: ZUMA.
- Porst, R. (1993): Ausschöpfungen bei sozialwissenschaftlichen Umfragen. Annäherung aus der ZUMA-Perspektive. ZUMA-Arbeitsbericht 93/12. Mannheim: ZUMA.

- Porst, R. und M. Schneid (1988): Ausfälle und Verweigerungen bei Panelbefragungen - ein Beispiel. ZUMA-Arbeitsbericht Nr. 88/12. Mannheim: ZUMA.
- Porst, R. und M. Schneid (1989): Ausfälle bei der Panel-Befragung. S. 8 - 13, in: Planung und Analyse 16, Heft 1.
- Reigrotzki, E. (1956): Soziale Verflechtungen in der Bundesrepublik. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Rosenblatt, B. von (1994): Qualität von Umfragen. Vortrag beim ZUMA-Symposium zum Stand der empirischen Sozialforschung. 6. Okt. 1994 in Mannheim
- Schnell, R. (1991): Wer ist das Volk? Zur faktischen Grundgesamtheit bei allgemeinen Bevölkerungsumfragen. S. 106 - 137 in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft 1
- Schnell, R., Hill, P. und E. Esser (1992): Methoden der empirischen Sozialforschung. 3. Auflage, München u.a: Oldenbourg
-

Anhang 1:

Leitfaden

Ausschöpfungen bei (sozialwissenschaftlichen) Umfragen Fragenkatalog zur Vorbereitung des Gesprächs bei „Institut“ in „Ort“

A) Allgemeines

1. Welchen Stellenwert hat das Thema Ausschöpfungen für „Institut“? Sind Ausschöpfungen nur bei bestimmten Studienarten (sozialwissenschaftliche vs. Marktforschungs-Studien) oder bei bestimmten Kunden (Wissenschaftler vs. kommerzielle Kunden) ein Thema?
2. Sind Interviews aus der Sicht von „Institut“ heute schwieriger zu realisieren, als dies früher, also vor 5, 10 oder 20 Jahren der Fall war?
3. Falls ja: Gilt das für alle Umfragen, oder gibt es Unterschiede z. B. nach dem Erhebungsmodus (persönlich-mündlich, telefonisch, postalisch), nach der Zielgruppe oder nach der Stichprobenrealisierung (address random, random route)?
4. Und: Was sind die Ursachen dafür, daß Interviews heute schwieriger zu realisieren sind?
5. Was sind Maßnahmen, um diesen Ursachen entgegenzuwirken?
 - 5.1 Denkbare (auch „utopische“) Maßnahmen
 - 5.2 Konkrete, von „Institut“ durchgeführte Maßnahmen (Interviewten-Honorare? Erfolgshonorare für Interviewer? Ankündigung der Befragung vorab? Erhöhung der geforderten Kontaktversuche?)

B) Feldprobleme

6. Wie realisiert „Institut“ das ADM-Design für Allgemeinbefragungen?
 - 6.1 Welche Arten von Ausfällen unterscheidet „Institut“? Wie werden „neutrale“ und „nichtneutrale“ Ausfälle definiert?
 - 6.2 Wieviele Kontaktversuche, wann und in welchen zeitlichen Abständen werden normalerweise vorgeschrieben?
 - 6.3 Wie detailliert werden Gründe für Nichterreichbarkeit erfaßt? Sind die Interviewer gehalten, Informationen über den Aufenthalt der im Zielhaushalt zu befragenden Personen zu ermitteln (z. B. bei Nachbarn nachfragen)?
 - 6.4 Wie definiert „Institut“ „harte“ Verweigerer? Wann kann der Interviewer eine Zielperson als endgültigen Verweigerer klassifizieren?
 7. Welche Vorschriften existieren für random route-Verfahren? Wie und durch wen wird die Einhaltung der Vorschriften kontrolliert? Was geschieht beim random route, wenn eine vorgegebene Startposition nicht existiert?
 8. Welche Vorschriften gelten für das Auffinden von Zielpersonen in Haushalten? Wie und durch wen wird die Einhaltung der Vorschriften kontrolliert?
 9. Wie geht „Institut“ bei Nachbearbeitungen vor? Wie werden Nachbearbeitungen im Feld umgesetzt?
-

10. Werden bei sich häufenden Ausfällen bei der Bearbeitung eines Points in einer Untersuchung Interviewer ausgetauscht?

C) Auswertungsprobleme

11. Wie definiert „Institut“ „Ausschöpfungen“, wie berechnet „Institut“ die Ausschöpfungsquote? Was sind „neutrale Ausfälle“?
 12. Wo liegt die untere Grenze für akzeptable Ausschöpfungen? Gibt es einen Ausschöpfungswert, bei dessen Unterschreitung „Institut“ die Aussagekraft einer Befragung in Frage stellen würde?
 13. Halten Sie nachträgliche Gewichtungsverfahren für geeignete Gegenmaßnahmen, wenn die Ausschöpfungsraten sinken?
-

Anhang 2:

Die Stellungnahmen der Institute