

Herausgeber:  
Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung  
Universität zu Köln

Das Zentralarchiv ist Mitglied der GESIS

Direktor: Prof. Dr. W. Jagodzinski  
Geschäftsführer: E. Mochmann

**Postanschrift:**

Postfach 410 960  
50869 Köln

**Hausanschrift:**

Bachemer Straße 40  
50931 Köln

**Telefon:**

Zentrale 0221 / 4 76 94 - 0  
Telefax - 44  
Redaktion - 50

Redaktion:  
Franz Bauske

E-mail: [bauske@za.uni-koeln.de](mailto:bauske@za.uni-koeln.de)  
Internet: <http://www.gesis.org/za>

ISSN: 0723-5607

© Zentralarchiv

Die ZA-Information erscheint jeweils im Mai und November eines Jahres.  
Sie wird kostenlos an Interessenten und Benutzer des Zentralarchivs abgegeben.

## Inhaltsverzeichnis

Mitteilungen der Redaktion .....	5
Ersatzseite für ZA-Information 49, Seite 51 .....	6

---

### Forschungsnotizen

Die Conjoint-Analyse: Eine Einführung in das Verfahren mit einem Ausblick auf mögliche sozialwissenschaftliche Anwendungen von <i>Markus Klein</i> .....	7
Subjektive Wahrscheinlichkeiten und Antwortmuster: Der Einfluss von Personenbezug und Skalierungsart von <i>Karl-Heinz Reuband</i> .....	46
Die Anfänge der empirischen Medien- und Meinungsforschung in Deutschland von <i>Michael Meyen</i> .....	59

---

### Berichte aus dem Archiv

Neuzugänge bei den deutschen USIA-Studien aus den Jahren 1952-1972 und 1991.....	81
Der DJI-Jugendsurvey 1992/1997/2000 auf CD-ROM.....	94
Erwin Rose: Der Mann für alle Fälle von <i>Ekkehard Mochmann</i> .....	101
Das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung im Urteil von Soziologieprofessorinnen und -professoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz: Ergebnisse einer telefonischen Vollerhebung von <i>Markus Klein</i> .....	103
Report on the Workshop "Social Science Data Archives in Eastern Europe: Results, Potentials and Prospects of the Archival Development" von <i>Brigitte Hausstein</i> .....	130
Summary Activity Report from the ZA-EUROLAB by <i>Reiner Mauer</i> .....	134
Basic and Advanced Topics in Modelling 32nd Spring Seminar at the Zentralarchiv March 10-28, 2003 .....	136

---

### Mitteilungen und Ankündigungen

Die Sozialwissenschaften und ihre Daten von <i>Ekkehard Mochmann</i> .....	140
---	-----

International Conference on Correspondence Analysis and Related Methods  
(CARME 2003) Universität Pompeu Fabra, Barcelona  
June 29 - July 2, 2003

by *Michael Greenacre* and *Jörg Blasius*..... 143

---

### **Buchbesprechung**

*Ulrich Möhwald:*

Changing Attitudes towards Gender Equality in Japan and Germany

Eine Buchbesprechung von *Michael Terwey*..... 144

## **Information für die Profession**

Sie halten die ZA-Information 50 in der Hand, zugleich ist das Heft der ZUMA-Nachrichten 50 erschienen. Vor 25 Jahren haben *Max Kaase* und ich die beiden Newsletter der Institute auf den Weg gebracht.

ZA-Redakteur der ersten Stunde war *Mark Karhausen*. Nach seinem Wechsel in die Welt der realen Verdienstmöglichkeiten habe ich mich kurz daran versucht und war froh, als ich die Aufgabe in die professionelle Betreuung durch *Franz Bauske* geben konnte. Er hat den Newsletter zu einer viel beachteten Hauszeitschrift mit externem Refereesystem entwickelt. Ebenso wie die ZUMA-Nachrichten erscheint die ZA-Information heute in einer Auflage von über 4000 Exemplaren.

Aus den Potenzialanalysen der GESIS wissen wir, dass die Hefte in der Profession angenommen sind. Das zeigen auch die vielen Artikel, die zur Publikation angeboten werden. Unseren Lesern, Autoren, und bei dieser Gelegenheit auch unseren Redakteuren ist für die nachhaltige Auseinandersetzung mit dem Medium zu danken. *Max Kaase* wird am 14. Juni aus dem Vorstand des ZUMA e.V feierlich verabschiedet. Von dieser Stelle aus möchten wir ihm für mehr als 25 Jahre vertrauensvoller und anregender Zusammenarbeit danken.

*Ekkehard Mochmann*

---

Bei Beiträgen, die nicht von Mitarbeitern des Zentralarchivs verfasst wurden, ist die Anschrift der Autoren beim jeweiligen Artikel angegeben. Die Inhalte der Beiträge entsprechen der Meinung der Autoren und geben nicht unbedingt die Ansicht der Redaktion wieder.

Alle inhaltlichen Beiträge sind Gegenstand einer Beurteilung durch externe Gutachter.

### **Mitteilungen der Redaktion**

Die Serie von Umfragen, die nach dem Zweiten Weltkrieg im Auftrag der USIA/Washington in der Bundesrepublik durchgeführt wurde, hat sich in den OMGUS- und HICOG-Reports niedergeschlagen. In unserem Archiv sind diese Berichte vollständig dokumentiert. In einzelnen Fällen sind auch die zugehörigen Datensätze vorhanden. Mediennutzung ist häufig Thema in diesen Befragungen gewesen. Aus Sicht eines Kommunikationswissenschaftlers und Historikers hat sich **Michael Meyen** mit diesen Dokumenten beschäftigt. Er ist zu einem Bericht gekommen, der ausgewählte Aspekte der frühen Entwicklung der empirischen Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland und der DDR nachzeichnet. Durch seine Recherchen und die persönlichen Interviews mit Protagonisten der empirischen Sozialforschung in den 50er Jahren zeichnet er das Bild der Profession und ihr Bemühen um Anerkennung in der Gesellschaft.

Aus dieser Zeit sind jüngst Datensätze von **Hans Rattinger** und **Barbara Evers** aus den USA rücktransferiert und in das ZA eingebracht worden. Wir haben sie auf einer CD zusammengefasst. Eine Inhaltsübersicht und ausgewählte Studien stellen wir vor.

In Ergänzung unseres Kurzberichts über die Befragung von Professoren über die Nutzung der GESIS-Angebote in der letzten Ausgabe konzentriert sich ein weiterer Beitrag auf die detaillierte Bewertung des Leistungsangebots des Zentralarchivs.

Die Conjoint-Analyse ist ein Verfahren zur Messung von Präferenzstrukturen. **Markus Klein** gibt eine Einführung in eine Methode, die sich in der Marktforschung großer Beliebtheit erfreut. Der Autor stellt die verschiedenen Auswertungsmöglichkeiten vor und gibt einen Ausblick auf mögliche Anwendungsbereiche in der Sozialforschung.

**Karl-Heinz Reuband** greift ein Thema auf, das sich auf die kognitiven Konzepte der Befragten bezieht und - mit Bezug auf numerische Schätzungen - in unserem letzten Heft diskutiert wurde. In **Reubands** Beitrag geht es nun um die verbalen Schätzungen ("sehr wahrscheinlich ...") und ihre numerischen Äquivalente. Dabei zeigt sich, dass diese beiden Arten von Schätzungen keineswegs miteinander korrespondieren müssen.

Das Zentralarchiv hat vor 2 Jahren sein 40jähriges Bestehen gefeiert. Ein Mitarbeiter der ersten Stunde war **Erwin Rose**, wohl jedem bekannt, der jemals Datensätze ins Zentralarchiv eingebracht oder von diesem ausgeliehen hat. **Erwin Rose** hat die Altersgrenze erreicht und trägt nun nicht mehr die Verantwortung für die von ihm maßgeblich geprägte Datenprüfung und Datenaufbereitung im ZA. **Ekkehard Mochmann** würdigt seine Tätigkeit. **Jörg Blasius** hat einen Ruf an das Seminar für Soziologie der Universität Bonn angenommen.

Leider haben wir in der Ausgabe 49 im Beitrag von **Erich Lamp** auf der Seite 51 den letzten Absatz ausgelassen. Dies war unser Fehler. Wir bitten die nachfolgende Seite als Ersatz in das Heft einzulegen.

**Franz Bauske**

**Ersatzseite für ZA-Information 49, Seite 51: (letzter Absatz dort fehlend)**

die Ansicht, dies sollte nicht erlaubt sein. In der zweiten Version wurde der Begriff "erlauben" durch den Begriff "verbieten" ersetzt. Die Frage lautete: "Do you think the United States should forbid public speeches against democracy?" Auf diese Frageversion hin meinten 46 Prozent der Befragten, öffentliches Reden gegen die Demokratie sollte verboten sein, 39 Prozent plädierten dafür, dies nicht zu verbieten. Obwohl es sich, logisch gesehen, um identische Fragen handelt, sprechen sich einmal 62 Prozent für ein Verbot aus, das andere Mal 46 Prozent. **Rugg** zufolge liegt der Schlüssel für diesen Unterschied im Begriff "verbieten" (**Rugg** 1941), der offenbar eine viel schärfere Formulierung darstellt als das Gegenstück "nicht erlauben" (**Bradburn, Sudman** 1989). Nach **Noelle-Neumann** und **Petersen** (1996) vermeidet es ein Teil der Befragten, besonders scharf formulierten Positionen zuzustimmen, ebenso wie bei vielen eine Abneigung bestehe, auf eine Frage mit "Nein" zu antworten.

Ebenso können aber auch Fragen, deren Formulierungen keinerlei Schärfe besitzen, bei verschiedener Begriffsverwendung für identische Sachverhalte zu unterschiedlichen Ergebnissen führen, wie am Beispiel der Begriffe "aufwachen" und "durchschlafen" deutlich wird.<sup>3</sup> Befragte antworten auf die Frage "Wachen Sie nachts schon mal auf?" deutlich häufiger mit "Wache manchmal auf" als auf die – alternativ formulierte – Frage "Schlafen Sie nachts in der Regel durch?". Sie geben deutlich seltener an, "nie" aufzuwachen als "immer" durchzuschlafen (Tabelle 1). Offensichtlich entscheiden sich die Befragten hier häufiger für Antwortalternativen, deren Formulierung derjenigen der Testfrage ähnelt als für Alternativen, die sich sprachlich davon unterscheiden – obwohl die semantische Bedeutung nach allgemeinem Sprachgefühl dieselbe ist.

Über die Problematik von "danger words" hinaus lenken die angeführten Beispiele die Aufmerksamkeit auf die Bedeutung logisch äquivalenter Ausdrücke und Formulierungen, die unabhängig vom Frageinhalt zu Ergebnisverzerrungen führen können. Eine von **Kahnemann** und **Tversky** im Rahmen der Risikokommunikation durchgeführte Untersuchung liefert hierfür ein bemerkenswertes Beispiel. Die Befragten sollten in einem fiktiven Szenario zwischen zwei wissenschaftlichen Programmen entscheiden, mit denen eine ungewöhnliche asiatische Krankheit, die voraussichtlich 600 Menschen das Leben kosten würde, bekämpft werden sollte. Beide Programme führten im Prinzip zum gleichen Ergebnis; allerdings wurde dieses Ergebnis in einem Fall als sicher ("200 Menschen werden gerettet"), im anderen Fall als risikobehaftet dargestellt ("mit ein-Drittel-Wahrscheinlichkeit werden 600 Menschen gerettet, mit zwei-Drittel-Wahrscheinlichkeit wird niemand gerettet"). Die klare Mehrheit der Befragten (72 Prozent) bevorzugte das Programm, wonach die Rettung von 200 Menschen als gesichert galt, nur jeder Vierte (28 Prozent) war bereit, ein Risiko einzugehen, um alle 600 zu retten.

---

3 Das Beispiel stammt, ebenso wie die unten berichteten Ergebnisse, aus gegabelten face-to-face-Befragungen der Mainzer Bevölkerung, die im Methodenabschnitt näher erläutert werden.

# Die Conjoint-Analyse

## Eine Einführung in das Verfahren mit einem Ausblick auf mögliche sozialwissenschaftliche Anwendungen

von Markus Klein

### *Zusammenfassung*

*Die Conjoint-Analyse ermöglicht die Dekomposition globaler Präferenzurteile. Sie hat bislang nur in der empirischen Marktforschung größere Verbreitung gefunden. Es wird eine kurze Einführung in das Verfahren und ein Ausblick auf mögliche Anwendungen in der empirischen Sozialforschung gegeben.*

### *Abstract*

*Conjoint-Analysis enables the researcher to decompose global preference judgments. It is primarily used in the field of marketing research. A short introduction to Conjoint-Analysis is provided and possible applications in empirical social research are presented.*

## 1 Einleitung

Die *Conjoint-Analyse* – auch *Conjoint-Measurement*, *Trade-Off-Analyse*, *Verbundmessung* oder *konjunkte Analyse* genannt – wurde 1964 in ihren mathematischen Grundzügen der wissenschaftlichen Öffentlichkeit vorgestellt (**Luce/Tukey** 1964) und fand zunächst nur in der Psychologie Aufmerksamkeit. 1971 wurde sie in den USA erstmals auf Fragestellungen des Marketing angewandt (**Green/Rao** 1971) und erlebte in diesem Wissenschaftszweig in den darauffolgenden Jahren einen ungeheuren Aufschwung (vgl. **Cattin/Wittink** 1982; **Wittink/Cattin** 1989). In Europa vollzog sich diese Entwicklung mit einer leichten Zeitverzögerung. Mittlerweile stellt die Conjoint-Analyse aber auch in Europa den „state of the art“ der empirischen Marktforschung dar (**Wittink/Vriens/Burhenne** 1994).

Dass die Conjoint-Analyse gerade in der Marktforschung eine derart große Verbreitung gefunden hat, lässt sich relativ leicht erklären: „Jedes von einem Unternehmen erstellte Gut kann als eine Kombination aus spezifischen Produkteigenschaften mit bestimmten Merk-

malsausprägungen charakterisiert werden. Die Grundstruktur eines Gutes entspricht [damit] der Darstellungsform von Untersuchungsobjekten in Conjoint-Analysen“ (**Benna** 1998: 65).<sup>1</sup> So können beispielsweise die vom Volkswagen Konzern produzierten Automobile über die jeweils konkreten Ausprägungen mehrerer Attribute charakterisiert werden: Marke (VW, Audi, Skoda, Seat), Motor (Benzin, Diesel), Leistung (90 PS, 110 PS, 130 PS), Preis (15.000 €, 20.000 €, 25.000 €) usw. Der Kunde entscheidet sich letztlich also immer für eine konkrete Kombination dieser Eigenschaftsausprägungen (Skoda mit 90 PS Dieselmotor für 15.000 €). Das Marketing-Management von Volkswagen wird nun daran interessiert sein, wie sich die Ausprägungen dieser verschiedenen Produktattribute im Prozess der Kaufentscheidung relativ zueinander gewichten. Orientieren sich die Kunden stärker an der technischen Ausstattung des Fahrzeugs oder an der Marke? Wird die Marke Volkswagen besser bewertet als die Marke Skoda? All diese Fragen können mit Hilfe einer Conjoint-Analyse beantwortet werden. Dabei werden den Befragten mehrere hypothetische Fahrzeuge präsentiert, die sich durch eine jeweils unterschiedliche Kombination der untersuchten Eigenschaftsausprägung auszeichnen (z.B. VW mit 130 PS Benzinmotor für 20.000 €, Seat mit 90 PS Dieselmotor für 20.000 €, Skoda mit 130 PS Dieselmotor für 25.000 € usw.). Die potentiellen Kunden werden dann gebeten, diese verschiedenen Fahrzeuge dahingehend zu bewerten, inwieweit sie ihren persönlichen Wünschen entsprechen. Die Besonderheit der Conjoint-Analyse besteht dabei darin, dass die verschiedenen Fahrzeuge von den Befragten *ganzheitlich* bewertet werden müssen. Auf der Grundlage dieser Globalbewertung werden anschließend die Beiträge der verschiedenen Fahrzeugeigenschaften zum subjektiv wahrgenommenen Gesamtnutzen eines Fahrzeugs ermittelt.

Die Conjoint-Analyse kann potentiell also immer dann zur Anwendung gelangen, wenn Präferenzen für sog. *multiattributive* Objekte untersucht werden sollen, die über die jeweils spezifischen Ausprägungen mehrerer Objektattribute charakterisiert werden können. Mit dem Begriff der *Präferenz* wird dabei das Ergebnis eines von einer Person vorgenommenen Nutzenvergleichs bezeichnet, der sich auf eine bestimmte Menge solcher Beurteilungsobjekte bezieht, das sog. *evoked set* (**Howard/Sheth** 1969: 26ff.). In den Sozialwissenschaften ist die Conjoint-Analyse bislang weitgehend unbekannt geblieben<sup>2</sup>, obgleich auch viele Untersuchungsgegenstände der empirischen Sozialforschung *multiattributive* Objekte darstellen, so z.B. Tarifverträge (**Bauer/Thomas** 1984), Gesellschaften (**Shamir/Shamir** 1995), Kandidaten für politische Ämter (**Mevorach** 1997; **Herrmann/Huber/Braunstein** 1999) oder Wahlplattformen (**Klein** 2002a,b). Der vorliegende Aufsatz

---

1 Darüber hinaus entspricht die Conjoint-Analyse in ihrer Grundstruktur aber auch der sog. *Neuen Nachfrage-theorie* (**Lancaster** 1966, 1971), in deren Rahmen davon ausgegangen wird, dass nicht die nachgefragten Güter selbst, sondern deren verschiedenen Eigenschaften dem Konsumenten einen Nutzen stiften.

2 In den Sozialwissenschaften lassen sich nur einige wenige Anwendungen der mit der Conjoint-Analyse eng verwandten aber nicht identischen *Vignetten-Analyse* finden (vgl. exemplarisch **Dülmer** 2000, 2001; **Beck/Opp** 2001).

gibt vor diesem Hintergrund einen Überblick über das Verfahren der Conjoint-Analyse sowie einen kurzen Ausblick auf mögliche Anwendungen in der empirischen Sozialforschung.

## 2 Das multiattributive Präferenzstrukturmodell

Im Rahmen der Conjoint-Analyse wird die Präferenzbildung für multiattributive Objekte untersucht. Das Zustandekommen der Gesamtnutzenzuschreibung zu den verschiedenen Beurteilungsobjekten des evoked set kann mit Hilfe des sog. *multiattributiven Präferenzstrukturmodells* untersucht werden, das den Beitrag einzelner Objektattribute zum subjektiven wahrgenommenen Gesamtnutzen eines Objekts modelliert. Dieses Modell lässt sich in formaler Schreibweise wie folgt darstellen (vgl. **Benna** 1998: 50f.): Gegeben sei eine Menge von insgesamt  $O$  Beurteilungsobjekten, die über jeweils  $M$  Attribute charakterisiert werden können. Die  $M$  Attribute weisen dabei jeweils  $A_m$  ( $m=1,2,\dots,M$ ) Ausprägungen auf. Die Eigenschaften  $v$  eines Objektes  $o$  (aus  $o=1,2,\dots,O$ ) lassen sich dann wie folgt in einem Vektor darstellen:

$$\underline{v}_o \mid / v_{o1}, v_{o2}, \dots, v_{om}, \dots, v_{oM} 0$$

mit:

$$\begin{aligned} \underline{v}_o &= \text{Vektor der Ausprägungen der Merkmale } 1,2,\dots,M \text{ beim Objekt } o, \\ v_{om} &= \text{die Ausprägung der Eigenschaft } m \text{ beim Objekt } o. \end{aligned}$$

Die objektiven Eigenschaften der Beurteilungsobjekte wirken aber nicht direkt auf die Präferenzbildung der Befragten, sondern werden von diesen in einem ersten Schritt zunächst subjektiv perzipiert (**Stallmeier** 1993:74). Die subjektive Wahrnehmung eines Beurteilungsobjektes  $o$  (aus  $o=1,2,\dots,O$ ) durch einen Befragten  $b$  (aus  $b=1,2,\dots,B$ ) kann dann wie folgt dargestellt werden:

$$\underline{v}_{ob} \mid / v_{o1b}, v_{o2b}, \dots, v_{omb}, \dots, v_{oMb} 0$$

mit:

$$\begin{aligned} \underline{v}_{ob} &= \text{Vektor der von einem Befragten } b \text{ am Objekt } o \text{ wahrgenommenen Ausprägungen der Merkmale } 1,2,\dots,M, \\ v_{omb} &= \text{die durch den Befragten } b \text{ wahrgenommene Ausprägung der Eigenschaft } m \text{ beim Objekt } o. \end{aligned}$$

Die objektiven Objekteigenschaften können dabei durch eine sog. *Perzeptionsfunktion* mit den subjektiv wahrgenommenen Objekteigenschaften verknüpft werden. In einem weiteren Schritt wird im Rahmen multiattributiver Präferenzstrukturmodelle dann eine funktionelle Beziehung zwischen der Wahrnehmung bestimmter Objekteigenschaften und dem diesem



Objekt von einem Befragten zugeschriebenen Gesamtnutzen hergestellt. In einer formalen Schreibweise gilt:

$$U_{ob} | \Phi \left( f_1/v_{ob1}, f_2/v_{ob2}, \dots, f_m/v_{obm}, \dots, f_M/v_{obM} \right)$$

mit:

$U_{ob}$  = Gesamtnutzen, der vom Befragten b einem Objekt o zugeschrieben wird,

$f_m(v_{obm})$  = Bewertungsfunktion für Attribut m, mittels der die von dem Befragten b wahrgenommene Ausprägung des Merkmals m mit einem Teilnutzenwert verbunden wird,

$\Phi$  Verknüpfungsregel.

Im Rahmen des multiattributiven Präferenzstrukturmodells wird in der Regel unterstellt, dass sich der Gesamtnutzen eines Objekts *additiv* aus den mit den einzelnen Objektattributen verbundenen *Teilnutzenwerten* (sog. part-worth utilities) zusammensetzt. Dies impliziert, dass eine *kompensatorische Beziehung* zwischen den verschiedenen Objektattributen angenommen wird (**Backhaus** u.a. 1994: 503), d.h. dass die Respondenten die verschiedenen als substituierbar angesehenen Objektattribute gegeneinander abwägen.<sup>3</sup>

Formal gilt folglich:

$$U_{ob} | \sum_{m=1}^M f_m/v_{obm}$$

Bei der Conjoint-Analyse handelt es sich um einen dekompositionellen Parametrisierungsansatz zur Operationalisierung solcher multiattributiver Präferenzstrukturmodelle.

### 3 Generelle Charakterisierung der Conjoint-Analyse

Die Conjoint-Analyse (vgl. die zusammenfassenden Darstellungen bei **Green/ Wind** 1975; **Green/Tull/Albaum** 1988: 616-632; **Louviere** 1988, 1994; **Backhaus** u.a. 1994: 499-554; **Hair** u.a. 1995: 556-601; **Vriens** 1995; **Teichert** 1999; **Gustafsson/Herrmann/Huber** 2000) stellt kein eigenständiges statistisches Verfahren dar, sondern vielmehr eine Kombination eines Messmodells mit einem statistischen Schätzalgorithmus (deswegen auch: *Conjoint-Measurement*). Das Messmodell der Conjoint-Analyse besteht in einem experimentellen Design, in dessen Rahmen der Forscher die unabhängigen Variablen und ihre jeweiligen Ausprägungen gemäß eines faktoriellen Versuchsplans spezifiziert, während der Respondent ausschließlich den Wert der abhängigen Variablen bestimmt. Die *unabhängi-*

3 Multiattributive Präferenzmodelle müssen aber nicht notwendigerweise kompensatorischen Charakter aufweisen. Mit dem *konjunktiven*, dem *disjunktiven* und dem *lexikographischen* Modell sind darüber hinaus auch eine Reihe nicht-kompensatorischer Modelle der Präferenzbildung denkbar (vgl. als Überblick **Vriens** 1995: 2f.).

gen Variablen sind dabei die betrachteten Objektattribute und ihre jeweiligen Ausprägungen, die *abhängige Variable* stellt das jeweilige Gesamtnutzenurteil über die verschiedenen zu bewertenden Beurteilungsobjekte (auch: Stimuli), d.h. die *Präferenz* der Auskunftsperson, dar (vgl. **Backhaus** u.a. 1994: 500). Hinsichtlich des Skalenniveaus der untersuchten Variablen ist die Conjoint-Analyse sehr flexibel: Die unabhängigen Variablen, d.h. die untersuchten Objektattribute, können metrisches oder nicht-metrisches Skalenniveau aufweisen und auch die abhängige Variable kann nicht-metrisch, d.h. ordinal, oder metrisch skaliert sein.

Die Beurteilungsobjekte werden im Rahmen der Conjoint-Analyse als gebündelte Menge von konkreten Ausprägungen der jeweils betrachteten Objektattribute aufgefasst (vgl. **Louviere** 1988: 16f; **Tscheulin** 1991: 1268)<sup>4</sup>. Da die von den Befragten zu bewertenden Objekte in der Regel hinsichtlich einiger Merkmale wünschenswerte und hinsichtlich anderer Merkmale weniger wünschenswerte Ausprägungen aufweisen, werden die Befragten gezwungen, die Bedeutung der verschiedenen Eigenschaften relativ zueinander abzuwägen (CONsider JOINTly), d.h. einen trade-off vorzunehmen (deswegen auch: *Trade-Off-Analyse*). Der Beitrag der einzelnen Ausprägungen der Objektattribute zum Gesamtnutzen eines Objekts wird durch die Schätzung eines sog. *Teilnutzenwertes* (part-worth-utility) ermittelt, der unabhängig von den jeweiligen Skalenniveaus der unabhängigen und abhängigen Variablen Intervallskalenniveau aufweist.

Im Rahmen der Conjoint-Analyse werden darüber hinaus einige einschränkende Annahmen gemacht, die das ihr zugrundeliegende multiattributive Präferenzstrukturmodell weiter spezifizieren. So wird im Rahmen der Conjoint-Analyse in der Regel darauf verzichtet, eine explizite Perzeptionsfunktion zu spezifizieren (**Stallmeier** 1993: 90). Es wird vielmehr unterstellt, dass alle Befragten über eine vollständige und korrekte Wahrnehmung der Ausprägungen der untersuchten Attribute bei den verschiedenen Beurteilungsobjekten verfügen. Es gilt folglich annahmegemäß:

$$\underline{v}_{ob} \mid \underline{v}_o \quad \text{für alle } b=1,2,\dots,B.$$

Darüber hinaus wird von einer *kompensatorischen* Beziehung zwischen den Teilnutzenwerten ausgegangen und in aller Regel ausgeschlossen, dass Interaktionseffekte zwischen den mit den verschiedenen Objektattributen verbundenen Teilnutzenwerten existieren.<sup>5</sup>

4 Für die verschiedenen betrachteten Objektattribute wird im allgemeinen der Begriff *factor* verwendet; die verschiedenen möglichen Ausprägungen eines Objektattributes bezeichnet man als *levels*. Andere Autoren verwenden teilweise etwas andere Bezeichnungen. **Backhaus** u.a. (1994: 499ff.) sprechen von *Eigenschaften* und *Eigenschaftsausprägungen*; **Louviere** (1988: 12) von *attributes* and *positions on these attributes*. Im Rahmen dieser Arbeit soll von *Objektattributen* und ihren jeweiligen *Ausprägungen* gesprochen werden.

5 Die Annahme, dass Interaktionseffekte nicht existieren, wird im Rahmen der Conjoint-Analyse normalerweise getroffen, ist aber keineswegs zwingend. Sie stellt vielmehr eine besondere Art eines „across-attribute constraints“ dar (**Vriens** 1995: 55-59). Diese Annahme wird in der Regel getroffen, da a) Interaktionseffekte

Die Conjoint-Analyse kann damit in Anlehnung an **Wübker** (1998: 106) und **Green** und **Srinivasan** (1978) zusammenfassend wie folgt charakterisiert werden:

*Bei der Conjoint-Analyse handelt es sich um ein dekompositionelles Verfahren, mit dem man aus den Präferenzurteilen der Probanden für eine Reihe von auf der Basis eines experimentellen Designs konstruierten multiattributiven Beurteilungsobjekten die Parameter (Teilnutzenwerte) eines zuvor festgelegten kompensatorischen multiattributiven Präferenzstrukturmodells bestimmt. Diese Parameter wiederum geben an, welchen Beitrag die Ausprägungen der verschiedenen untersuchten Objektattribute zum wahrgenommenen Gesamtnutzen der Beurteilungsobjekte leisten.*

## 4 Praktische Durchführung einer „traditionellen“ Conjoint-Analyse

### 4.1 Bestimmung des Conjoint-Designs

Im Rahmen der Conjoint-Analyse wird ein experimentelles Messmodell mit einem statistischen Schätzalgorithmus verknüpft. Die Komponenten des Messmodells werden zuweilen auch als *Conjoint-Design* bezeichnet und müssen vor der Durchführung der Datenerhebung festgelegt werden. Dabei muss zunächst entschieden werden, welche und wie viele Objektattribute Berücksichtigung finden sollen (vgl. 4.1.1). Für jedes der ausgewählten Attribute ist dann eine Entscheidung über die Zahl, die Spannweite sowie die konkrete Gestalt der Ausprägungen dieser Attribute zu treffen (vgl. 4.1.2). In einem letzten Schritt muss dann schließlich für jedes Attribut eine attributspezifische Bewertungsfunktion festgelegt werden (vgl. 4.1.3).

#### 4.1.1 Bestimmung der relevanten Objektattribute

Der erste Schritt bei der Festlegung des Conjoint-Designs besteht in der Bestimmung der relevanten Objektattribute. Dieser Schritt ist insofern kritisch, als sichergestellt sein muss, dass alle für die Präferenzbildung der Befragten *relevanten* Objektattribute im Rahmen des Conjoint-Designs auch tatsächlich berücksichtigt sind. Werden wichtige Attribute nicht berücksichtigt, so werden die Ergebnisse der Conjoint-Analyse invalide (**Hair** u.a. 1995: 565).<sup>6</sup> In der Marketingliteratur wird empfohlen, bei der Bestimmung der relevanten Objektattribute sowohl die Perspektive des Nachfragers als auch die Perspektive des Anbie-

---

nur schwer interpretiert werden können, b) die Einbeziehung von Interaktionseffekten die Vorhersagegenauigkeit von Conjoint-Modellen im allgemeinen nur unwesentlich erhöht und c) die Zahl der pro Befragten zu bewertenden Stimuli sich ansonsten deutlich erhöhen würde (vgl. auch **Reiners** 1996: 60).

6 Ungeachtet der kritischen Rolle, die der sachgerechten Auswahl der Objektattribute im Rahmen der Conjoint-Analyse zukommt, konnte **Schubert** (1991) zeigen, dass in 45 Prozent der von ihm untersuchten 128 Anwendungen der Conjoint-Analyse auf Fragestellungen der empirischen Marktforschung keine Angaben darüber gemacht wurden, wie es zur Gewinnung und Auswahl dieser Attribute kam.

ters zu berücksichtigen (**Benna** 1998: 69). Nur dadurch könne sichergestellt werden, dass der subjektive Wahrnehmungsraum der Nachfrager und der objektive Leistungsraum der Anbieter gleichermaßen abgedeckt werden und zwischen beiden eine möglichst große Schnittmenge besteht. Für die Ermittlung der aus Nachfragersicht relevanten Objektattribute stehen eine ganze Reihe von Techniken zur Verfügung (vgl. **Benna** 1998: 72f.). Dabei handelt es sich im Kern jeweils um Befragungen potentieller Kunden, in deren Rahmen mittels verschiedener Techniken (*Elicitation-Technik*, *Repetory-Grid-Methode*, *Think-Aloud-Technik*) versucht wird, eine Liste präferenzdeterminierender Objektattribute zu erstellen (vgl. ausführlich **Schubert** 1991: 179-185). Diese Liste wird in der Regel anschließend auf einige wichtige Kernattribute „verdichtet“. Für die parallele Exploration des objektiven Leistungsraums der Anbieter stehen ebenfalls eine Reihe von Methoden zur Verfügung. Neben der Befragung von Mitarbeitern der das Objekt erstellenden Firma bzw. Institution kommen dabei Experteninterviews sowie die Analyse von Dokumenten, wie z.B. Prospekte, Fachliteratur, Benutzerhandbücher, Testberichte etc. in Frage. Die hierbei ermittelten Objektattribute sind aber nur dann relevant, wenn sie auf der Seite der Nachfrager auch wahrgenommen werden und dort präferenzbeeinflussend wirken. Wahrnehmungs- und Leistungsraum müssen folglich in einem letzten Schritt zum *relevanten Objektraum* zusammengefasst werden.

Nicht alle Merkmale dieses relevanten Objektraumes finden aber auch Eingang in das Erhebungsdesign der Conjoint-Analyse. Vielmehr müssen diejenigen Objektattribute, die im Rahmen des Conjoint-Designs berücksichtigt werden, folgende Anforderungen erfüllen: Sie müssen zunächst *unabhängig*<sup>7</sup> voneinander sein, da eine Verletzung dieser Bedingung dem additiven Modell der Conjoint-Analyse widerspricht (vgl. **Backhaus** u.a. 1994: 503; **Hair** u.a. 1995: 569f.). Ferner müssen die untersuchten Attribute *urteilsrelevant* sein und zueinander in einer *kompensatorischen* Beziehung stehen. Letzteres bedeutet insbesondere, dass keine sog. K.O.-Kriterien in das Design einbezogen werden dürfen deren Nichterfüllung unabhängig von der Ausprägung aller anderen Attribute zur vollständigen Ablehnung eines Beurteilungsobjekts führt (**Green/Krieger/Bansal** 1988). Darüber hinaus sollte sich der Forscher gemäß des Konzepts der *determinierenden Attribute* schwerpunktmäßig auf diejenigen Faktoren konzentrieren, die am besten zwischen den verschiedenen Beurteilungsobjekten *diskriminieren* (vgl. **Alpert** 1971; **Myers/Alpert** 1968): Attribute, die zwar einen durchaus bedeutsamen Beitrag zum Gesamtnutzen eines Objektes leisten, zwischen den verschiedenen in der Realität zu evaluierenden Objekten aber nicht bedeutsam variieren, müssen daher im Rahmen des Conjoint-Designs nicht berücksichtigt werden, da sie

---

7 „Unabhängigkeit der Eigenschaften bedeutet, dass der empirische Nutzen einer Eigenschaftsausprägung nicht durch die Ausprägungen anderer Eigenschaften beeinflusst wird“ (**Backhaus** u.a. 1994: 503).

keinen entscheidenden Einfluss auf die letztlich zu modellierende Kauf- bzw. Wahlentscheidung ausüben (vgl. *Hair* u.a. 1995: 565).<sup>8</sup>

Abschließend muss darauf hingewiesen werden, dass generell darauf zu achten ist, die Zahl der Objektattribute und ihrer jeweiligen Ausprägungen möglichst klein zu halten, da der Befragungsaufwand exponentiell mit der Zahl der untersuchten Eigenschaften wächst (*Backhaus* u.a. 1994: 504, *Hair* u.a. 1995: 569). Ist die Zahl der untersuchten Attribute zu groß, besteht die Gefahr des sog. „information overload“ (*Malhotra* 1982). In einer solchen Situation neigen die Befragten dazu, die präsentierten Stimuli nicht länger ganzheitlich gegeneinander abzuwägen, sondern vielmehr zu einfacheren Entscheidungsregeln überzugehen, sich z.B. nur noch auf die in ihren Augen wichtigsten Eigenschaften zu konzentrieren. „To that extent that such strategies do not mimic real market place behavior such task simplification behavior will affect the external validity of the conjoint results negatively“ (*Vriens* 1995: 35). In der Literatur wird vor diesem Hintergrund empfohlen, maximal 6 Attribute mit jeweils 4 bis 5 Ausprägungen zu analysieren (vgl. *Theuerkauf* 1989: 1180; *Hair* u.a. 1995: 559, 581; *Green/Srinivasan* 1978). Empirisch zeigt sich, dass über 80 Prozent aller in der Praxis durchgeführten Conjoint-Analysen weniger als 6 Attribute beinhalten, wobei der Schwerpunkt bei vier bzw. fünf Attributen liegt (*Schubert* 1991: 318).

#### 4.1.2 Bestimmung der möglichen Ausprägungen der Objektattribute

Nach der Bestimmung der relevanten Objektattribute gilt es in einem zweiten Schritt, ihre möglichen Ausprägungen festzulegen. Auch hierbei sind wiederum einige wichtige Aspekte zu beachten: So wie die Objektattribute *beeinflussbar* sein müssen, müssen die konkreten Ausprägungen *realisierbar* sein. Darüber hinaus gilt, dass die verschiedenen Eigenschaftsausprägungen – ebenso wie die Objektattribute – leicht *kommunizierbar* sein müssen, um eine realistische Evaluation der Objekte zu erreichen. Von entscheidender Bedeutung für die Ergebnisse einer Conjoint-Analyse ist außerdem, dass die *Zahl der Ausprägungen der verschiedenen untersuchten Objektattribute nicht zu stark voneinander abweicht*, da sich zeigen lässt, dass aus methodischen Gründen die im Rahmen der Conjoint-Analyse ermittelte relative Bedeutung einer Eigenschaft für die Präferenzbildung der Respondenten steigt, wenn die Zahl ihrer Ausprägungen steigt. Dies gilt bei metrischen Attributen auch dann, wenn die beiden extremen Ausprägungen gleich bleiben (vgl. *Currim/Weinberg/Wittink* 1981; *Wittink/Krishnamurthi/Nutter* 1982; *Wittink/Krishnamurthi/Reibstein* 1990; *Stenkamp/Wittink* 1994). Als Begründung hierfür kann angeführt

---

8 *Hair* u.a. (1995: 565) führen hierfür folgendes Beispiel an: „For example, safety in automobiles is a very important attribute, but it would not be determinant in most cases because all cars meet strict government standards and thus are considered safe, at least at an acceptable level. However other features, such as gas mileage, are both important *and* much more likely to be used to decide among different car models.“

werden, dass ein Attribut mit besonders vielen Ausprägungen die Aufmerksamkeit der Respondenten in besonderem Maße auf sich zieht (*Green/Srinivasan* 1990). Zu beachten ist außerdem, dass die Eigenschaftsausprägungen eine *realistische Spannweite* aufweisen sollten um die Analyseergebnisse nicht zu verzerren: Würde beispielsweise im Rahmen einer Marketingstudie bei der Eigenschaft „Preis“ eine sehr hohe Spannweite der Ausprägungen, d.h. ein sehr niedriger und ein sehr hoher Preis angesetzt, so würde diese Eigenschaft im Rahmen der Conjoint-Analyse eine große relative Bedeutung für die Präferenzbildung erlangen, obwohl die beiden extremen Ausprägungen dieser Eigenschaft – insbesondere aber der niedrige, nicht kostendeckende Preis – in der Praxis kaum jemals zum Einsatz kommen würden (*Creyer/Ross* 1988). Es gilt folglich: "The analyst must apply the criteria of feasibility and practical relevance to all attribute levels to ensure that stimuli are not created that will be favorably viewed by the respondent but never have a realistic chance of occurring" (*Hair* u.a. 1995: 569).

#### 4.1.3 Bestimmung der attributspezifischen Bewertungsfunktion

Die Conjoint-Analyse erfordert eine Vorentscheidung des Forschers über die Gestalt der attributspezifischen Bewertungsfunktionen, d.h. über die Beziehungen zwischen den Ausprägungen der verschiedenen betrachteten Objektattributen und den zugehörigen Teilnutzenwerten. Die Bestimmung dieser attributspezifischen Bewertungsfunktionen sollte dabei vor der Datenerhebung erfolgen, da die verschiedenen Funktionen unterschiedlich viele Parameter enthalten und somit auch unterschiedliche Anforderungen an die Zahl der zu erhebenden Messwerte stellen. Die Conjoint-Analyse stellt dabei ein sehr flexibles Instrument dar, in dessen Rahmen vier Typen von Bewertungsfunktionen unterschieden werden können (vgl. *Green/Srinivasan* 1978): Das *lineare Modell*, das *Idealpunktmodell*, das *Anti-Idealpunktmodell* sowie das *Modell der separaten Teilnutzen* (vgl. Abbildung 1).<sup>9</sup>

€# Das *lineare Modell* schätzt nur einen einzigen Parameter (vergleichbar zu einem unstandardisierten Regressionskoeffizienten), der mit der jeweiligen Merkmalsausprägung eines Attributs multipliziert wird, um deren Teilnutzen zu bestimmen. Diese Bewertungsfunktion setzt damit allerdings voraus, dass es sich bei dem betrachteten Objektattribut um ein quantitatives Merkmal handelt, wie z.B. den im Rahmen einer Wahlplattform vorgeschlagenen Spitzensteuersatz.

---

9 Da Teilnutzenwerte Intervallskalenniveau aufweisen, kann bei allen im folgenden berichteten attributspezifischen Bewertungsfunktionen eine beliebige Konstante addiert oder subtrahiert werden.

$$f_m / v_{om} \quad 0 \mid \quad \zeta_{bm} v_{om}$$

mit:

$f_m(v_{om})$  = Bewertungsfunktion für Attribut m,

$\zeta_{bm}$  = im Rahmen des Modells zu schätzender Parameter  
(dieser kann inhaltlich interpretiert werden als das Gewicht, das Befragter b dem Attribut m zumisst)

$v_{om}$  = Ausprägung des Objekts o bezüglich des Attributs m.

☞ Im *Idealpunktmodell* (auch: *positiv quadratische Form*) wird die Linearitätsannahme aufgegeben und eine kurvilineare Beziehung angenommen. Das Modell geht dabei von der Annahme aus, dass es für jede betrachtete Objekteigenschaft eine Ausprägung mit einem maximalen Teilnutzen gibt und dass mit größer werdenden positiven oder negativen Abweichungen von dieser idealen Ausprägung des Objektattributs die Teilnutzen der anderen Ausprägungen immer stärker zurückgehen. In einer formalen Darstellung gilt folglich in Anlehnung an **Hahn** (1997: 51):

$$f_m / v_{om} \quad 0 \mid \quad 4 \zeta_{bm} \left| v_{om} \quad 4 v_{bm}^1 \right|^r$$

mit:

$f_m(v_{om})$  = Bewertungsfunktion für Attribut m,

$\zeta_{bm}$  = erster im Rahmen des Modells zu schätzender Parameter  
(dieser kann inhaltlich interpretiert werden als das Gewicht, das Befragter b einer Abweichung von der Idealausprägung beim Attribut m zumisst),

$v_{om}$  = Ausprägung des Objekts o bezüglich des Attributs m,

$r$  = Minkowski-Parameter  
(für  $r=2$ : euklidisches Idealpunktmodell),

$v_{bm}^1$  = zweiter im Rahmen des Modells zu schätzender Parameter (dieser kann inhaltlich interpretiert werden als die Idealausprägung der Eigenschaft m für den Befragten b).

Diese Bewertungsfunktion setzt ebenfalls mindestens intervallskalierte Merkmale voraus und schätzt pro Objektattribut zwei Parameter. Das Idealpunktmodell kann durch eine einfache Änderung auch als *Anti-Idealpunktmodell* geschätzt werden. Im Rahmen dieses Modells nehmen die Teilnutzenwerte mit wachsendem Abstand zu einem am wenigsten präferierten Punkt immer weiter zu. Formal gilt folglich:

$$f_m / v_{obm} \quad 0 \mid \quad \zeta_{bm} \left| v_{obm} \quad 4 v_{bm}^1 \right|^r$$

☞ Im *Modell der separaten Teilnutzen* wird jede Ausprägung einer Eigenschaft mit einem eigenen Teilnutzenwert verbunden, der nicht zu den Teilnutzen der anderen Ausprägungen in eine formale Beziehung gesetzt wird. Hier sind also alle Formen von Präferenzen möglich. Formal gilt:

$$f_m / v_{om} | 0 | \frac{A_m}{a | 1} \zeta_{abm} x_{aom}$$

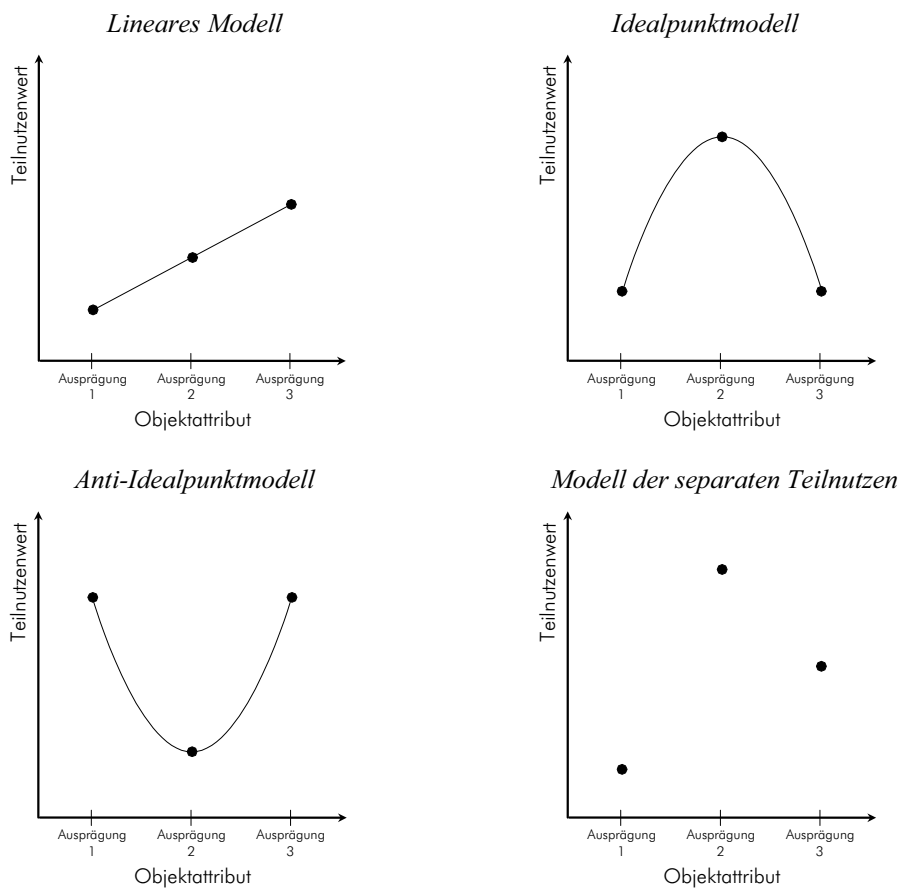
mit:

$f_m(v_{om}) =$  Bewertungsfunktion für Attribut m,

$\zeta_{abm} =$  im Rahmen des Modells zu schätzende Parameter (diese können inhaltlich interpretiert werden als der Teilnutzenwert der Ausprägung a des Merkmals m für den Befragten b).

$$x_{aom} = \begin{cases} 1, & \text{falls Objekt o bei Merkmal m die Ausprägung a aufweist} \\ 0, & \text{andernfalls} \end{cases}$$

**Abbildung 1:** Mögliche attributspezifische Bewertungsfunktionen im Rahmen der Conjoint-Analyse<sup>10</sup>



<sup>10</sup> Im Rahmen des linearen Modells sowie des Idealpunkt- und des Anti-Idealpunktmodells können aufgrund der zugrundeliegenden Annahme, dass die Objektattribute metrisches Skalenniveau aufweisen, auch für nicht im Conjoint-Design enthaltene Eigenschaftsausprägungen Teilnutzenwerte „extrapoliert“ werden. In Abbildung 5 sind die Teilnutzenwerte der verschiedenen Ausprägungen der untersuchten Objektattribute daher durch eine dem jeweiligen Modell entsprechende Funktion verbunden. Im Rahmen des Modells der separaten Teilnutzen ist eine solche Extrapolation hingegen nicht möglich.



Dieses Modell ist folglich das am wenigsten restriktive und umfasst die beiden vorgenannten Modelle als Spezialfälle (vgl. dazu *Böcker* 1986: 558). Weist eine Objekteigenschaft kategoriales Skalenniveau auf, dann ist als Bewertungsfunktion zwingend das Modell der separaten Teilnutzen heranzuziehen. Bei metrischen Eigenschaften besitzt dieses Modell den Vorteil, dass es alle erdenkbaren – insbesondere aber auch nicht-lineare – Zusammenhänge zulässt. Da Teilnutzenwerte intervallskalierte Merkmale mit einem willkürlichen Nullpunkt sind, müssen im Rahmen des Modells der separaten Teilnutzen nicht so viele Parameter wie Ausprägungen der jeweiligen Eigenschaft geschätzt werden. Da der Nullpunkt der Teilnutzenwerte willkürlich fixiert werden kann, kann die Zahl der zu schätzenden Parameter um eins geringer sein, als die Zahl der Ausprägungen der jeweiligen Eigenschaft.

In der Forschungspraxis bietet es sich an, genug Stimuli zu erheben, um zunächst nach dem Modell der separaten Teilnutzen schätzen zu können und anschließend durch visuelle Inspektion der Teilnutzenwerte zu entscheiden, ob diese angemessen auch durch eine lineare oder quadratische Beziehung beschrieben werden können. Sollte dies der Fall sein, so kann für die betreffenden Eigenschaften – das entsprechende Skalenniveau vorausgesetzt – eine entsprechende Beziehung spezifiziert und das Modell neu geschätzt werden. Die Parameterschätzungen gewinnen dadurch an Reliabilität und Effizienz, da das lineare Modell bei mehr als zwei und das Idealpunktmodell bei mehr als drei Eigenschaftsausprägungen mit weniger Parametern auskommt als das Modell der separaten Teilnutzen und somit unter den genannten Bedingungen in diesen Modellen die Zahl der Freiheitsgrade größer ist. Umgekehrt gilt, dass die Verwendung des linearen Modells und des Idealpunktmodells immer dann zu verzerrten Schätzwerten führt, wenn der in ihrem Rahmen unterstellte Zusammenhang nicht der Realität entspricht (*Vriens* 1995: 60).

## **4.2 Festlegung des Erhebungsdesigns**

Nachdem das Conjoint-Design bestimmt ist, kann mit der Datenerhebung begonnen werden. Bei der Festlegung des Erhebungsdesigns sind dabei vier fundamentale Entscheidungen zu treffen: Die Entscheidung darüber, wie die von den Befragten zu bewertenden Stimuli definiert und präsentiert werden sollen (vgl. 4.2.1); die Entscheidung, mit wie vielen Stimuli die Respondenten im Rahmen der Befragung konfrontiert werden sollen (vgl. 4.2.2); die Entscheidung über ein geeignetes Präferenzmaß (vgl. 4.2.3) sowie die Entscheidung über die Form der Durchführung der Umfrage (vgl. 4.2.4).

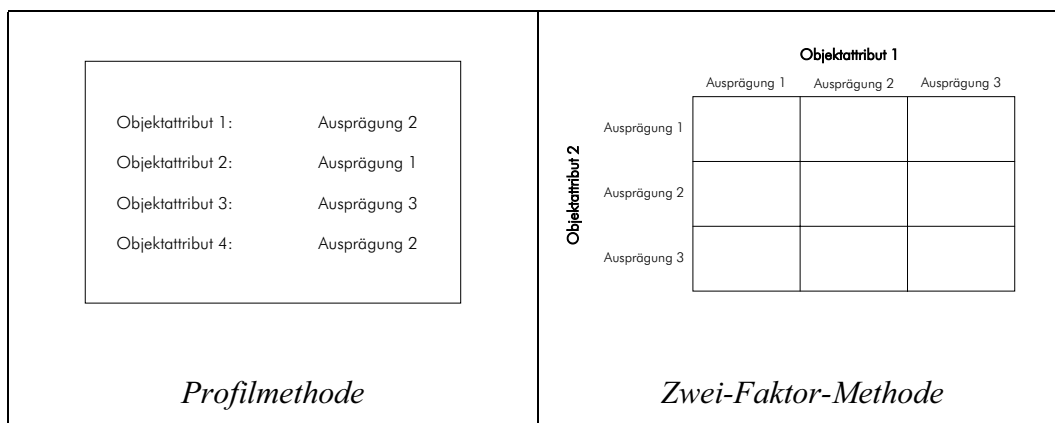
### **4.2.1 Wahl der Präsentationsmethode**

Bei der *Wahl der Präsentationsmethode* besteht das Ziel ganz allgemein darin, den Befragten die Stimuli (Kombinationen von konkreten Ausprägungen der Objektattribute) in mög-

lichst realistischer und effizienter Weise zu präsentieren. Bei der Definition der Stimuli stehen grundsätzlich zwei alternative Möglichkeiten zur Verfügung (vgl. **Backhaus** u.a. 1994: 505-507; **Hair** u.a. 1995: 572-574): Die *Profilmethode* sowie die *Zwei-Faktor-Methode*:

☞ Die *Profilmethode* (full profile method) (**Green/Rao** 1971) konfrontiert die Respondenten mit Stimuli, die aus einer Kombination je einer Ausprägung aller betrachteten Objektattribute bestehen. Für ein Objekt, das durch M Eigenschaften mit jeweils  $A_M$  Ausprägungen beschrieben wird, ergeben sich somit insgesamt  $A_1 \Delta A_2 \Delta A_3 \Delta \dots \Delta A_M$  mögliche Stimuli. Diese werden den Befragten in der Regel auf sogenannten „Profilkarten“ vorgelegt (vgl. die linke Hälfte von Abbildung 2) und müssen sodann von den Befragten beurteilt werden. Die Beschreibung der Stimuli kann dabei auf den Profilkarten ausführlich in mehreren Sätzen (Paragraph-Beschreibung) oder aber durch stichpunktartiges Auflisten der Eigenschaften des jeweiligen Stimulus (Stimuluskarte) erfolgen (vgl. u.a. **Benna** 1998: 94). Die Präsentation der Stimuli kann aber auch über visuelle Präsentationen sowie über dreidimensionale figürliche Darstellungsformen erfolgen (vgl. **Hahn** 1997: 62f.). In manchen Studien werden gar Geschmacks- und Geruchsproben integriert, um den Respondenten eine sinnliche Erfahrung der zu beurteilenden Objekte zu ermöglichen (vgl. **Scharf/Schubert** 1996).

**Abbildung 2:** Unterschiedliche Möglichkeiten der Stimulipräsentation im Rahmen der Conjoint-Analyse



Der Vorteil der Profilmethode besteht in der großen Realitätsnähe, da die verschiedenen fiktiven Objekte *als Ganzes* bewertet werden müssen (vgl. **Backhaus** u.a. 1994: 500). Der Nachteil dieses Verfahrens besteht darin, dass den Befragten relativ komplexe Entscheidungen abverlangt werden und diese Art der Stimulipräsentation nur für eine relativ geringe Zahl von Eigenschaften möglich ist. **Green** und **Srinivasan** (1990) beispielsweise empfehlen die Profilmethode nur dann anzuwenden, wenn die Zahl der untersuchten Eigenschaften sechs nicht übersteigt. Mit einer steigenden Zahl von Attributen wächst die Gefahr der kognitiven Überlastung der Respondenten. Problematisch ist außerdem, dass die Reihenfolge der Eigenschaften auf der Profilkarte einen Einfluss auf das Antwortverhalten der Befragten aufweist (**Acito** 1977; **Chapman/Bolton** 1985;

**Kumar/Gaeth** 1991; **Perry** 1996; **Benna** 1998; abweichend: **Tharp/Marks** 1990). Bisher konnte aber über die Feststellung hinaus, dass die Stärke des Positionseffekts mit einer steigenden Zahl von Attributen zunimmt und bei unbekanntem Beurteilungsobjekten größer ist, kein systematisches Muster entdeckt werden (**Vriens** 1995). Generell ist festzuhalten, dass diese Erhebungsmethode – insbesondere aufgrund ihrer hohen Realitätsnähe – die in der kommerziellen Marktforschung am häufigsten verwendete ist (vgl. **Wittink/Cattin** 1989).

⊕ Die *Zwei-Faktor-Methode (trade-off method)* (vgl. **Johnson** 1974) konfrontiert die Befragten jeweils nur mit zwei Attributen gleichzeitig und verlangt von ihnen, alle logisch möglichen Kombination ihrer jeweiligen Ausprägungen zu bewerten. Dies geschieht erhebungstechnisch in Form sog. *trade-off-Matrizen* (vgl. die rechte Hälfte von Abbildung 2). Dies wird für alle logisch möglichen Kombination der betrachteten Attribute wiederholt. Bei  $M$  Attributen müssen somit  $[M\Delta(M-1)]/2$  Matrizen gebildet werden, wobei innerhalb einer Matrix, die die Eigenschaften der beiden Merkmale  $i$  und  $j$  enthält,  $A_i\Delta A_j$  Urteile gefällt werden müssen. Mit einer steigenden Zahl von betrachteten Eigenschaften und Eigenschaftsausprägungen steigt folglich sowohl die Zahl der zu bearbeitenden Matrizen als auch deren Komplexität. Den Befragten wird also unter Umständen eine sehr große Zahl von Urteilen abverlangt, was zu Ermüdung führt und folglich stereotypes Antwortverhalten begünstigt. So besteht beispielsweise die Gefahr, dass die Befragten die Matrizen zeilen- oder spaltenweise abarbeiten (**Vriens** 1995: 36). Die Urteile selbst sind bei der Zwei-Faktor-Methode zwar weniger komplex als bei der Profilmethode, damit aber auch weniger realistisch. Dies aber stellt die externe Validität der erhobenen Daten in Frage. Zudem sind visuelle und figürliche Formen der Stimulipräsentation im Rahmen der Zwei-Faktor-Methode nur schwer anzuwenden. In der Forschungspraxis wird dieses Verfahren deshalb nur selten angewendet (vgl. **Wittink/Cattin** 1989).

#### 4.2.2 Konstruktion und Zahl der zu bewertenden Stimuli

Die erste Möglichkeit bei der Konstruktion und der Bestimmung der Zahl der zu bewertenden Stimuli besteht darin, den Befragten alle im Rahmen der jeweils gewählten Präsentationsmethode logisch möglichen Stimuli zu präsentieren. Dies ist aber nur in Studien mit einer kleinen Zahl von Eigenschaften und jeweils zugehörigen Eigenschaftsausprägungen ein gangbarer Weg, da ansonsten die Zahl der zu bewertenden Stimuli die Aufnahme- und Kooperationsbereitschaft der Befragten sehr schnell übersteigt. Es ist aber in der Regel auch nicht notwendig alle Kombinationen zu erheben, da ein solches *saturiertes* Modell nur nötig ist, wenn man die Haupt- und *alle* möglichen Interaktionseffekte schätzen will. Bereits eine Beschränkung auf Interaktionseffekte erster Ordnung reduziert den Informationsbedarf enorm. Da im Rahmen der Conjoint-Analyse aber in der Regel ein rein additives Modell der Präferenzbildung angenommen wird, reduziert sich der Informationsbedarf noch weiter. Die Zahl der zu erhebenden Stimuli und ihre konkrete Konstruktion hängt

dann davon ab, an welchen Haupteffekten man interessiert ist, wie viele Freiheitsgrade man vor dem Hintergrund der jeweils gewählten attributspezifischen Bewertungsfunktionen zur Schätzung der Modellparameter benötigt und schließlich davon, ob es möglich sein soll, Präferenzmodelle auf individueller Ebene zu schätzen (vgl. *Vriens* 1995: 42). Eine Reduktion der Zahl der zu erhebenden Stimuli ist bei beiden eben beschriebenen Präsentationsmethoden möglich (vgl. *Reibstein/Bateson/Boulding* 1988). Aufgrund des beschränkten Raumes sei aber im folgenden nur der für die Praxis besonders relevante Fall der Profilmethode beschrieben (für die Zwei-Faktor-Methode vgl. *Green* 1974).

Im Rahmen der Profilmethode wird die Präsentation aller logisch möglichen Objekte als *volles faktorielles (full factorial) Design* bezeichnet. Ein Design, in dessen Rahmen den Befragten nur eine Teilmenge aus allen logisch möglichen Stimuli vorgelegt wird, bezeichnet man als *fraktionalisiertes faktorielles (fractional factorial) Design* (vgl. ausführlich *Dey/Mukerjee* 1999). Dieses reduzierte Design soll das vollständige Design möglichst gut repräsentieren. Zuweilen kommen dabei Zufallsstichproben aus dem vollen faktoriellen Design zum Einsatz (*Green/Srinivasan* 1978: 110; *Weisenfeld* 1989: 32). Diese weisen aber nicht immer die gewünschten Eigenschaften auf und sind in der Forschungspraxis daher nahezu bedeutungslos. Deshalb bedient man sich in der Regel sog. „orthogonaler Versuchspläne“. Diese ermöglichen die Schätzung der Haupteffekte der verschiedenen Objektattribute auf den Gesamtnutzen eines Objekts, nicht aber die Schätzung von eventuellen Interaktionseffekten. Notwendig und hinreichend für solche Versuchspläne ist dabei nach *Addelman* (1962a,b) die sog. Bedingung der *proportionalen Häufigkeit*, derzufolge „für zwei beliebige Merkmale die Ausprägungen des einen Merkmals gleich häufig – über alle Stimuli – zusammen mit allen Ausprägungen des anderen Merkmals in einem der Stimuli auftreten müssen“ (*Benna* 1998: 89). Im Rahmen der Profilmethode reichen beispielsweise bei einem 4 Eigenschaften á 4 Ausprägungen-Design 16 Stimuli aus, um die Haupteffekte der 4 Eigenschaften zuverlässig schätzen zu können. Die verbleibenden 240 logisch möglichen Stimuli müssen nur dann ganz oder teilweise miteinbezogen werden, wenn das zugrundeliegende additive Modell um mögliche Interaktionseffekte erweitert werden soll (vgl. *Hair* u.a. 1994: 575f.).

### 4.2.3 Präferenzmaß

Der Forscher muss vor Beginn der Datenerhebung eine Entscheidung über das zu verwendende Präferenzmaß fällen. Zur Verfügung stehen hierbei prinzipiell *nicht-metrische* und *metrische* Verfahren. Die Anwendung metrischer Verfahren bleibt dabei allerdings in der Regel auf die Profilmethode beschränkt:

⚡ Die wichtigste Möglichkeit der nicht-metrischen Erfassung von Präferenzen stellt das sog. *Ranking-Verfahren* dar. Dieses verlangt von den Befragten, die präsentierten Stimuli in eine Rangordnung zu bringen. Im Rahmen der *Zwei-Faktor-Methode* findet üb-

licherweise immer ein solches Ranking-Verfahren Anwendung.<sup>11</sup> Als methodischer Vorteil des Ranking-Verfahrens wird angeführt, dass es bei einer nicht zu großen Zahl von Urteilen gegenüber dem noch vorzustellenden Rating-Verfahren als reliabler und valider angesehen werden kann. Dies gilt unter anderem deshalb, weil die Befragten keine Aussagen über die Stärke der Vorziehwürdigkeit der verschiedenen Beurteilungsobjekte machen müssen (vgl. z.B. *Alwin/Krosnick* 1985; *Krosnick/Alwin* 1988; *Russell/Gray* 1994). In Verbindung mit der Profilmethode kann außerdem als Vorteil des Ranking-Verfahrens gelten, dass es strukturell sehr stark der Situation einer Wahl- bzw. Kaufentscheidung ähnelt, in der ebenfalls jeweils nur eine Alternative an die Spitze gestellt (und gewählt bzw. gekauft) werden kann. Das Ranking-Verfahren entspricht darüber hinaus der Grundidee der Conjoint-Analyse in besonderer Weise, da die Respondenten bei der Bildung einer eindeutigen Präferenzordnung gezwungen sind, die verschiedenen Eigenschaften der zu bewertenden Objekte relativ zueinander abzuwägen (*Stallmeier* 1993: 57). Schließlich und endlich weist das Ranking-Verfahren außerdem einen engen Bezug zum Präferenzbegriff auf, da sich dieser auf die *relative Vorziehwürdigkeit* mehrerer Objekte bezieht.

Ein Nachteil des Ranking-Verfahrens besteht darin, dass es umfragetechnisch relativ aufwendig zu administrieren ist. Außerdem kann es im Rahmen des Ranking-Verfahrens sehr schnell zu einer Überlastung der Respondenten kommen, da diese immer alle präsentierten Stimuli gleichzeitig bewerten müssen. In der Forschungspraxis werden die Befragten daher zuweilen angewiesen, die präsentierten Profilkarten zunächst in einer Art „Groburteil“ nach Maßgabe ihrer Wünschbarkeit in zwei oder mehr Stapel zu sortieren und innerhalb dieser Stapel dann eine Sortierung vorzunehmen. Anschließend werden die verschiedenen Teilrangordnungen dann zu einer Gesamtordnung zusammengefasst (vgl. z.B. *Green/Tull* 1982: 450; *Jasny* 1993).

Eine weitere Möglichkeit, die hohe kognitive Belastung bei der simultanen Bewertung von Stimuli im Rahmen der Profilmethode zu senken, besteht in einer indirekten Rangreihung über die sog. *Methode des paarweisen Vergleichs* (paired comparisons).<sup>12</sup> Hier werden die Befragten nur mit jeweils zwei Objektbeschreibungen gleichzeitig konfrontiert und müssen angeben, welche der beiden sie vorziehen. Konsistentes Antwortverhalten der Respondenten vorausgesetzt, kann dann aus ihren Antworten deren Präferenzrangordnung über alle zu bewertenden Stimuli abgeleitet werden. Allerdings steigt die Zahl der durchzuführenden Paarvergleiche mit der Zahl der insgesamt zu bewertenden Objekte rapide an. Sollen beispielsweise die Präferenzen eines Befragten hinsichtlich einer Menge von N Objekten ermittelt werden, so muss dieser  $N\Delta(N-1)/2$  Paarvergleiche vornehmen. Obgleich also jeder einzelne Paarvergleich eher geringe Anforde-

---

11 Dabei müssen die Zellen einer jeden Trade-Off-Matrix in eine Rangordnung gebracht werden.

12 Die Methode des paarweisen Vergleichs wird in manchen Literaturquellen unter die Präsentationsformen subsumiert. Ich habe mich in der vorliegenden Arbeit dieser Systematisierung nicht angeschlossen, da die Methode des paarweisen Vergleichs zunächst nur eine besondere Methode zur Generierung einer Rangordnung der betrachteten Stimuli darstellt.

rungen an das Individuum stellt, resultiert aus der großen Menge von durchzuführenden Paarvergleichen womöglich doch eine Überlastung der Auskunftsperson. Man kann die Zahl der durchzuführenden Paarvergleiche allerdings dadurch reduzieren, indem man auf die Möglichkeit verzichtet, die Transitivität der Urteile der Respondenten untersuchen zu können. Als Vorteil der Methode des paarweisen Vergleichs gilt, dass sie besonders realitätsnah sei, da man in vielen Situationen im wirklichen Leben – z.B. auf ökonomischen Märkten – eine der zur Wahl stehenden Alternativen auswählt und keine Rangordnung aller Alternativen aufstellen muss.

€# Das wichtigste metrische Verfahren zur Erfassung von Präferenzen stellt das sog. *Rating-Verfahren* dar. In Verbindung mit der Profilmethode verlangt es von den Befragten, den Gesamtnutzen eines jeden Stimuli auf einer metrischen Skala (Rating-Skala) einzustufen. Dieses Präferenzmaß ist relativ leicht zu erheben und auszuwerten. Allerdings neigen die Befragten bei Rating-Daten aufgrund der strukturell nicht vorhandenen forced-choice Situation zu weniger diskriminierenden Urteilen. Im Extremfall kann eine Person gar alle Stimuli gleich bewerten (vgl. *Alwin/Krosnick* 1985; *Krosnick/Alwin* 1988; *Russell/Gray* 1994). Darüber hinaus ist im Rahmen des Rating-Verfahrens nicht sichergestellt, dass die Probanden die verschiedenen Stimuli wirklich *relativ zueinander* bewerten, wie es das Konzept der Präferenzen eigentlich verlangen würde. Eine Möglichkeit, die Vergleichskomponente im Rahmen eines Rating-Tasks zu stärken, besteht darin, den Befragten zunächst alle Stimuli zu präsentieren und sie erst dann um eine Bewertung zu bitten (*Stallmeier* 1993: 60).

Eine weitere Möglichkeit, im Rahmen einer metrischen Präferenzmessung das vergleichende Element zu stärken, besteht in der sog. *Konstant-Summen-Skala* (vgl. z.B. *Hausser/Shugan* 1980; *Mahajan/Green/Goldberg* 1982). Hier müssen die Befragten eine vorgegebene Punktzahl (z.B. 100) auf die verschiedenen zu bewertenden Stimuli verteilen. Dadurch ist sichergestellt, dass die Befragten alle Stimuli gleichzeitig in den Blick nehmen. Ebenso wie beim Ranking-Verfahren besteht darüber hinaus aber auch die Möglichkeit, die verschiedenen zu bewertenden Stimuli den Befragten jeweils paarweise zu präsentieren. Man spricht hierbei von einem sog. *gewichteten* oder *bewerteten Paarvergleich* (graded paired comparison). Die Befragten müssen jeweils angeben, welchen der präsentierten Stimuli sie präferieren und dabei gleichzeitig das Ausmaß der Vorziehenswürdigkeit angeben (*Schweickl* 1985: 58). Wird für diesen Zweck eine Rating-Skala verwendet, so kommt es allerdings häufig zu inkonsistenten Urteilen. Soll eine Befragter beispielsweise das Ausmaß der Vorziehenswürdigkeit auf einer 7-stufigen Skala angeben und gibt er dabei an, dass er Stimulus A im Vergleich zu Stimulus B um 4 Einheiten präferiert, während er Stimulus B Stimulus C um 5 Einheiten vorzieht, dann müsste er folglich Stimulus A im Vergleich zu Stimulus C um 9 Einheiten präferieren. Eine solche Antwortmöglichkeit existiert aber auf der vorgegebenen siebstufigen Skala nicht. Um diese Probleme zu umgehen, findet in Marketinganwendungen häufig die sog. *Dollar-Metrik* Anwendung (vgl. z.B. *Pessemier* u.a. 1971; *Reibstein* 1978). Die Befragten sollen hierbei angeben, wie viel monetäre Einheiten sie

zusätzlich auszugeben bereit wären, um den jeweils bevorzugten Stimulus zu erhalten. Eine solche offene Skala führt – konsistentes Antwortverhalten der Respondenten vorausgesetzt – nicht zu den beschriebenen Inkonsistenzproblemen.

Über die rein technische Frage der Messung der Präferenzen hinaus, gibt es außerdem noch verschiedene Möglichkeiten, den Befragten die Bewertungsaufgabe semantisch zu beschreiben. So können die Befragten gebeten werden anzugeben, inwieweit sie die verschiedenen Objekte „mögen“, „präferieren“ oder „vorziehen“. In der empirischen Marktforschung wird als zugrundeliegende Bewertungsdimension auch häufig die „Kaufwahrscheinlichkeit“ verwendet.

#### 4.2.4 Durchführung der Umfrage

Hier ist zu entscheiden, ob die Datenerhebung über persönliche, telefonische oder schriftliche Befragungen erfolgen soll. In der Vergangenheit sind Daten für Conjoint-Analysen meist über persönliche Interviews erhoben worden, da die Conjoint-Analyse relativ hohe Anforderungen an die Respondenten stellt und im Rahmen eines persönlichen Interviews der Interviewer verschiedene Hilfestellungen leisten kann. Empirische Untersuchungen haben aber gezeigt, dass die Datenerhebung für eine Conjoint-Analyse ohne gravierende Qualitätseinbußen auch schriftlich oder über Telefon erfolgen kann. Bei schriftlichen und telefonischen Interviews wird allerdings die Anwendung des Ranking-Verfahrens aufgrund der den Respondenten zumeist abverlangten Sortierung von Profilkarten als schwierig erachtet (*Akaah* 1991). Eine neuere Studie hat aber gezeigt, dass der Einsatz solcher Profilkarten auch in einer bevölkerungsrepräsentativen schriftlichen Befragung ohne größere Probleme gelingt (*Klein* 2002a). Bei Telefoninterviews wird die Durchführung eines dreistufigen Verfahrens empfohlen: Zunächst sollen die potentiellen Respondenten telefonisch um ihre Teilnahme an der Befragung gebeten werden. In einem zweiten Schritt solle man ihnen dann einen Brief mit verschiedenen für die Durchführung der Umfrage notwendigen schriftlichen Unterlagen, insbesondere aber den Profilkarten oder Trade-Off-Matrizen, zusenden. Im dritten und letzten Schritt könne das Interview dann schließlich telefonisch durchgeführt werden (vgl. für eine Anwendung dieser Strategie *Levy/Webster/Kerin* 1983; *Stahl* 1988).

### 4.3 Auswertungsmöglichkeiten

#### 4.3.1 Bestimmung der Teilnutzenwerte

Das primäre Analyseziel der Conjoint-Analyse besteht darin, die Präferenzurteile der Befragten in die mit den einzelnen Ausprägungen der betrachteten Objektattribute verbundenen metrischen Teilnutzenwerte zu zerlegen. Für das folgende wird angenommen, dass alle attributspezifischen Bewertungsfunktionen gemäß des Modells der separaten Teilnutzen geschätzt wurden (vgl. Kapitel 4.1.3). Die parametrisierte Präferenzstruktur kann dann formal wie folgt dargestellt werden:

$$U_{ob} = \sum_{a=1}^A \sum_{m=1}^M \zeta_{abm} X_{aom}$$

Wird als Präferenzmaß das Ranking-Verfahren verwendet, so kann die Parameterschätzung technisch über verschiedene Schätzalgorithmen erfolgen. Am häufigsten findet dabei MONANOVA Anwendung, ein modifiziertes varianzanalytisches Verfahren für ordinale Daten (**Kruskal** 1965). Weitere mögliche Schätzalgorithmen sind LINMAP (**Srinivasan/Shocker** 1973) und PREFMAP (**Caroll** 1973). Wird als Präferenzmaß hingegen eine Rating-Skala verwendet, so kann die Parameterschätzung technisch relativ einfach über eine Varianzanalyse oder über eine OLS-Regression erfolgen. Das Modul CATEGORIES innerhalb von SPSS schätzt aber auch bei Verwendung eines Ranking-Maßes die Teilnutzenwerte über eine einfache OLS-Regression, wobei folglich die Abstände zwischen den verschiedenen Rangplätzen als äquidistant angenommen werden. Ein solches Vorgehen ist insofern gerechtfertigt, als eine ganze Reihe von Methodenexperimenten gezeigt haben, dass sich die Parameterschätzungen, die in einer solchen Situation mit den verschiedenen Schätzalgorithmen erzielt werden, nur unwesentlich voneinander unterscheiden (**Huber** 1975; **Hauser/Urban** 1997; **Carmona/Green/Jain** 1978; **Cattin/Bliemel** 1978; **Jain** u.a. 1979; **Wittink/Cattin** 1981). Aus Platzgründen wird daher zur Veranschaulichung der Vorgehensweise im folgenden auch nur dieses Verfahren vorgestellt.

Zunächst soll dabei das Vorgehen im Rahmen einer sog. *individuellen Conjoint-Analyse* beschrieben werden. Hierbei erfolgt die Parameterschätzung für jeden einzelnen Befragten getrennt. Dies ist möglich, da jedem Befragten im Rahmen der Conjoint-Analyse mehrere Beurteilungsobjekte vorgelegt werden, so dass genügend Messwerte zur Verfügung stehen, um für jeden Befragten ein eigenes Präferenzstrukturmodell schätzen zu können. In dieser Möglichkeit der individuenbezogenen Auswertung ist einer der zentralen Unterschiede der Conjoint-Analyse zu den meisten anderen statistischen Analyseverfahren zu sehen, in deren Rahmen die Auswertung zumeist auf aggregierter Ebene erfolgt. Das Schätzmodell sieht dabei im Rahmen einer solchen individuellen Conjoint-Analyse wie folgt aus:



$$\hat{U}_{ob} = \zeta_{ob} + 2 \sum_{a|1}^{A_m-1} \sum_{m|1}^M \zeta_{abm} X_{aom}$$

mit:

$\hat{U}_{ob}$  = Schätzung für den Gesamtnutzenwert, den der Befragte b dem Objekt o zuschreibt,

$\zeta_{ob}$  = geschätzter Basisnutzen,

$\zeta_{abm}$  = geschätzter Teilnutzenwert der Ausprägung a des Merkmals m für den Befragten b,

$$X_{aobm} = \begin{cases} 1, & \text{falls Objekt o bei Merkmal m die Ausprägung a aufweist} \\ 0, & \text{andernfalls.} \end{cases}$$

Für jede Eigenschaft M sind dabei jeweils nur  $A_m-1$  Teilnutzenwerte zu schätzen, da Teilnutzenwerte intervallskaliert sind und folglich ein beliebiger Wert addiert oder subtrahiert werden kann. In der Regel fixiert man entweder einen Teilnutzenwert auf den Wert Null oder aber man führt die Restriktion ein, dass sich die Teilnutzenwerte über die verschiedenen Ausprägungen einer Eigenschaft hinweg zu Null addieren, wie dies beispielsweise im Modul CATEGORIES innerhalb von SPSS der Fall ist. Das Minimierungsproblem stellt sich im Rahmen der individuellen Conjoint-Analyse dann wie folgt dar:

$$\min_{\zeta_{ob}, \zeta_{abm}} \sum_{o|1}^O U_{ob} - 4 \sum_{o|1}^O \hat{U}_{ob} \quad \left| \quad \min_{\zeta_{ob}, \zeta_{abm}} \sum_{o|1}^O \sum_{TM}^{\mathbb{R}} U_{ob} - 4 \sum_{o|1}^O \sum_{TM}^{\mathbb{R}} \zeta_{ob} + 2 \sum_{a|1}^{A_m-1} \sum_{m|1}^M \zeta_{abm} X_{aom} \right\} \downarrow \min!$$

Die derart geschätzten Teilnutzenwerte werden für jeden Befragten auf einer einheitlichen Skala gemessen, die Intervallskalenniveau aufweist. Die Teilnutzenwerte besitzen folglich willkürliche, aber gleiche Nullpunkte und weisen die gleichen Skaleneinheiten auf. Damit sind die statistisch-methodischen Voraussetzungen für die intraindividuelle Verrechnung von Nutzenbeiträgen verschiedener Objektattribute gegeben. Allerdings variiert die bei der Quantifizierung der Nutzenbeiträge zugrundeliegende Skala möglicherweise interindividuell. Sollen also die Nutzenstrukturen verschiedener Individuen untereinander verglichen werden, so ist eine Normierung der Teilnutzenwerte notwendig, d.h. es muss sichergestellt sein, dass „die errechneten Teilnutzenwerte für alle Befragten jeweils auf dem gleichen ‚Nullpunkt‘ und gleichen Skaleneinheiten basieren“ (**Backhaus** u.a. 1994: 520). Im Rahmen der Normierung des Nullpunktes wird zunächst der Teilnutzenwert derjenigen Ausprägung einer jeden Eigenschaft, der den geringsten Nutzenbeitrag liefert, auf Null gesetzt. Dadurch ergibt sich der sog. *transponierte* Teilnutzenwert:

$$\zeta_{abm}^1 \mid \zeta_{abm} \text{ 4 } \zeta_{bm}^{\text{Min}}$$

mit:

$\zeta_{abm}^1 =$  transponierter Teilnutzenwert für Ausprägung a von Eigenschaft m für den Befragten b,

$\zeta_{bm}^{\text{Min}} =$  kleinster Teilnutzenwert, der beim Befragten b in Verbindung mit irgendeiner Ausprägung der Eigenschaft m auftritt.

Die Justierung der Skaleneinheit erfolgt dann, indem der Gesamtnutzenwert des am stärksten präferierte Stimulus (Kombination der jeweiligen Ausprägungen der verschiedenen Eigenschaften mit dem höchsten Teilnutzenwert) auf 1 gesetzt wird. Es ergibt sich der *normierte Teilnutzenwert*, der formal wie folgt beschrieben werden kann:

$$\zeta_{abm}^N \mid \frac{\zeta_{abm}^1}{\max_{m \mid 1} \zeta_{abm}^1} \mid 0 \mid 1$$

mit:

$\zeta_{abm}^N =$  normierter Teilnutzenwert für Ausprägung a von Eigenschaft m bei Befragtem b.

Es gilt:  $\max_{m \mid 1} \zeta_{abm}^N \mid 1$

Die Schätzung der Teilnutzenwerte muss allerdings nicht auf individueller Ebene erfolgen. Im Rahmen einer sog. *gemeinsamen Conjoint-Analyse* werden die Antworten aller Respondenten als Messwiederholungen aufgefasst und auf dieser Grundlage eine Art *typisches* oder *durchschnittliches* Präferenzstrukturmodell geschätzt. Im Rahmen der gemeinsamen Conjoint-Analyse wird also ein „across-subject constraint“ eingeführt und zwar dergestalt, dass die mit den verschiedenen Ausprägungen der betrachteten Attribute verbundenen Teilnutzenwerte als für alle Respondenten gleich angenommen werden (**Vriens** 1995: 59). Das Minimierungsproblem stellt sich im Rahmen einer solchen gemeinsamen Conjoint-Analyse wie folgt dar:

$$\frac{B \ O}{b \mid 1 \ o \mid 1} \mid U_{ob} \text{ 4 } \hat{U}_{ob} \mid \frac{B \ O \ \textcircled{R}}{b \mid 1 \ o \mid 1 \ \text{TM}} \mid U_{ob} \text{ 4 } \textcircled{R} \mid \frac{A_m \ 4 \ 1 \ M}{a \mid 1 \ m \mid 1} \mid \zeta_{am} X_{aom} \mid \Bigg\} \downarrow \text{ min!}$$

Die Teilnutzenwerte, die im Rahmen einer gemeinsamen Conjoint-Analyse ermittelt werden, sind bei Verwendung des OLS-Algorithmus identisch mit den arithmetischen Mittelwerten der entsprechenden Teilnutzenwerte, die im Rahmen individueller Conjoint-Analysen ermittelt werden (vgl. **Moore** 1980). Bei der Interpretation der Ergebnisse solcher-

maßen aggregierter Teilnutzenwerte besteht allerdings die Gefahr des sog. „Mehrheitstrugschlusses“ (vgl. **Benna** 1998: 113). Damit ist gemeint, dass bei sehr heterogenen Präferenzstrukturen auf individueller Ebene die aggregierten Teilnutzenwerte nicht geeignet sind, die wahren Präferenzen der Mehrheit der Befragten zu repräsentieren. Im Extremfall weist kein einziger Befragter diejenige Präferenzstruktur auf, die im Rahmen einer gemeinsamen Conjoint-Analyse ermittelt wurde.

#### 4.3.2 Bestimmung der relativen Bedeutung der Objektattribute

Die im Rahmen einer Conjoint-Analyse ermittelten (unnormierten) Teilnutzenwerte weisen Intervallskalenniveau auf. Ihre absolute Höhe hat folglich für sich genommen keinerlei inhaltliche Bedeutung, da eine beliebige Konstante addiert oder subtrahiert werden kann (**Theuerkauf** 1989: 1183). Erst der *Vergleich* der mit den verschiedenen Ausprägungen eines Objektattributs verbundenen Teilnutzenwerte lässt sich inhaltlich interpretieren. So wird diejenige Ausprägung mit dem höchsten Teilnutzenwert den anderen Ausprägungen vorgezogen. Keinesfalls aber gilt, dass ein Attribut für die *absolute Höhe* des Nutzens der verschiedenen Beurteilungsobjekte um so bedeutsamer ist, je größer die Differenz zwischen dem minimalen und dem maximalen Teilnutzenwert ausfällt, der mit einer seiner Ausprägungen verbunden ist (vgl. **Hahn** 1997: 77). Weichen nämlich die mit den verschiedenen Ausprägungen eines Attributs verbundenen Teilnutzenwerte nur geringfügig voneinander ab, so kann dieses Attribut durchaus einen bedeutsamen Beitrag zum Gesamtnutzen der zu evaluierenden Objekte leisten, dies gilt aber unabhängig von seiner jeweils konkret realisierten Ausprägung. Die geringe Spannweite der Teilnutzenwerte weist folglich nur darauf hin, dass eine *Variation* der Ausprägung dieses Attributs keine bedeutsame *Veränderung* des wahrgenommenen Gesamtnutzens eines Beurteilungsobjekts nach sich zieht. Die Spannweite der mit den verschiedenen Ausprägungen eines Attributs verbundenen Teilnutzenwerte gibt folglich Aufschluss über die maximale Nutzenveränderung, die durch eine *Variation* der Ausprägung dieses Attributs erzielt werden kann. Sie ist folglich ein Maß für die Wichtigkeit eines Attributs zur *Präferenzveränderung* (**Backhaus** u.a. 1994: 521).

Wenn im folgenden von der relativen Wichtigkeit eines Attributs gesprochen wird, ist folglich also immer die relative Wichtigkeit dieses Attributs für die *Präferenzveränderung* gemeint. Zu beachten ist allerdings, dass die Spannweite der Teilnutzenwerte eines Objektattributs natürlich unmittelbar von den durch den Forscher spezifizierten Ausprägungen dieses Attributs abhängig ist. Im Rahmen der Erstellung des Conjoint-Designs ist folglich bei der Auswahl der Ausprägungen der verschiedenen Attribute besonders sorgfältig vorzugehen und insbesondere darauf zu achten, dass keine unrealistischen Stimuli Berücksichtigung finden (vgl. 4.1.2). Außerdem gilt, dass die so definierte relative Wichtigkeit eines Objektattri-

buts zur Präferenzveränderung „nur für eine Modifikation der Eigenschaft von der ‚schlechtesten‘ zur ‚besten‘ Ausprägungsstufe Gültigkeit besitzt“ (**Hahn** 1997: 77).

Ein quantitatives Maß der relativen Bedeutung eines Attributs für die Präferenzveränderung im Vergleich zu den anderen untersuchten Merkmalen erhält man, indem man die Spannweite der Teilnutzenwerte des betreffenden Attributs durch die Summe dieser Spannweiten über alle betrachteten Attribute dividiert. Dieses Wichtigkeitsmaß addiert sich für alle Respondenten über die betrachteten Eigenschaften zu 100% (vgl. **Hair** u.a. 1995: 579). Im Rahmen einer individuellen Conjoint-Analyse gilt folglich:

$$w_{bm} = \frac{\max_a / \zeta_{abm} - \min_a / \zeta_{abm}}{\sum_{m=1}^M (\max_a / \zeta_{abm} - \min_a / \zeta_{abm})}$$

mit:

- $w_{bm}$  = Relative Wichtigkeit der Eigenschaft m für die Präferenzveränderung bei Befragtem b,
- $\max_a / \zeta_{abm}$  = maximaler Teilnutzenwert der Eigenschaft m für Befragten b,
- $\min_a / \zeta_{abm}$  = minimaler Teilnutzenwert der Eigenschaft m für Befragten b.

Die relative Wichtigkeit eines Attributs für die Präferenzveränderung entspricht dabei dem größten normierten Teilnutzenwert, der mit einer Ausprägung dieses Attributs verbunden ist. Es gilt folglich:

$$w_{bm} = \max_a / a_{abm}^N$$

mit:

- $\max_a / a_{abm}^N$  = maximaler normierter Teilnutzenwert der Eigenschaft m für Befragten b.

Die relative Wichtigkeit eines Attributs für die Präferenzveränderung lässt sich in analoger Art und Weise auch im Rahmen einer gemeinsamen Conjoint-Analyse bestimmen. Die im Rahmen einer gemeinsamen Conjoint-Analyse ermittelten relativen Wichtigkeiten entsprechen dabei nicht notwendigerweise – wie dies bei den Teilnutzenwerten der Fall ist – den arithmetischen Mittelwerten der entsprechenden Werte, die im Rahmen individueller Conjoint-Analysen ermittelt werden. Abweichungen zwischen den durchschnittlichen relativen Wichtigkeiten, die im Rahmen der individuellen Conjoint-Analysen ermittelt wurden, und den im Rahmen der gemeinsamen Conjoint-Analyse ermittelten relativen Wichtigkeiten deuten dabei auf ein hohes Maß an Heterogenität der Präferenzstrukturen auf individueller Ebene hin (vgl. z.B. **Hahn** 1997: 146-150): „Aggregate data may mask the importance of attributes on which people fail to agree about the rank ordering of attribute levels“ (Ameri-

can Marketing Association 1992: 10). Vor diesem Hintergrund wird in der Literatur empfohlen: „It is better to calculate attribute importance at the individual level, then average across individuals than to calculate average importance on aggregate data“ (American Marketing Association 1992: 10).

### 4.3.3 Segmentation

Ein entscheidender Unterschied der Conjoint-Analyse zu vielen anderen multivariaten Analyseverfahren besteht darin, dass für *jeden einzelnen Befragten* ein eigenes Modell seiner Nutzenstruktur geschätzt wird. Die Ergebnisse dieser Individualanalysen können anschließend zum Zwecke der Informationsreduktion durch Mittelwertbildung über die normierten Teilnutzenwerte aggregiert werden. Eine solche Aggregation ist allerdings mit erheblichen Informationsverlusten verbunden, die um so gewichtiger sind, je heterogener die individuellen Nutzenstrukturen ausfallen. Günstiger ist es deshalb, die Befragten zu Gruppen zusammenzufassen, die hinsichtlich ihrer Präferenzstrukturen in sich möglichst *homogen* und untereinander möglichst *heterogen* sind. Die Bildung dieser Gruppen kann dabei in zweierlei Art und Weise erfolgen (vgl. u.a. **Hahn** 1997: 150f.).

Im Rahmen der sog. *A-Priori-Segmentierung* erfolgt die Gruppenbildung auf der Grundlage von direkt beobachtbaren Merkmalen der Befragungspersonen, von denen aufgrund theoretischer Vorüberlegungen angenommen wird, dass sie mit der Präferenzstruktur der Befragten in Zusammenhang stehen. Die Qualität der Segmentierung ist im Rahmen eines solchen Vorgehens aber notwendigerweise eine Funktion der Qualität der Hypothesen über die Determinanten individueller Präferenzstrukturen. Diese Art der Gruppenbildung ist folglich nur dann angemessen, wenn untersucht werden soll, ob sich verschiedene Bevölkerungsgruppen in ihren Präferenzstrukturen voneinander unterscheiden, nicht aber dann, wenn es darum geht eine möglichst trennscharfe Segmentierung vorzunehmen.

Im Rahmen der sog. *A-Posteriori-Segmentierung* (auch: two-stage conjoint segmentation procedure) hingegen erfolgt die Gruppenbildung auf der Grundlage der Ergebnisse der individuellen Conjoint-Analysen (vgl. **Green/Krieger** 1991; **Vriens** 1995: 153-180). Dabei wird in aller Regel das Verfahren der Cluster-Analyse verwendet. Die Basisvariablen zur Clusterbildung sollten dabei die *normierten* Teilnutzenwerte der konkreten Ausprägungen der verschiedenen Objektattribute bilden, nicht aber die relativen Wichtigkeiten der untersuchten Attribute. Dies gilt deshalb, weil Personen, für die ein Attribut die gleiche relative Wichtigkeit besitzt gleichwohl diametral entgegengesetzte Präferenzen bezüglich der einzelnen Ausprägungen dieses Attributs aufweisen können. Die im Rahmen der Cluster-Analyse identifizierten Segmente werden dann in einem zweiten Schritt anhand weiterer, nicht zur Segmentierung herangezogener Variablen beschrieben (sog. *Deskriptor-Variablen*), um einen besseren Eindruck von den spezifischen Charakteristika der Befragten in diesem Segment zu erhalten (vgl. als Anwendungsbeispiel **Backhaus** u.a. 1992; **Benna** 1998).

Im Rahmen des eben beschriebenen Vorgehens der A-Posteriori-Segmentierung kann als problematisch angesehen werden, dass die Teilnutzenwerte, die die Grundlage der Clusterbildung darstellen, aufgrund der im Rahmen von Conjoint-Analysen meist geringen Zahl von Freiheitsgraden zuweilen unreliabel sind und daher nur eine sehr unzuverlässige Basis der Segmentbildung darstellen. Außerdem wird bei der A-Posteriori-Segmentierung in zwei unverbundenen Schritten vorgegangen, in deren Rahmen jeweils unterschiedliche statistische Kriterien optimiert werden. Vor diesem Hintergrund sind eine Reihe von sogenannten *integrierten Conjoint-Segmentierungsverfahren* vorgeschlagen worden, in deren Rahmen „the estimation stage and the segmentation stage are integrated, so that one criterion of interest is optimized under the restrictions of the type of partitioning imposed“ (Vriens 1995: 154). Exemplarisch seien an dieser Stelle die Clusterwise-Regression-Method (*Wedel/Kistemaker* 1989) und die Latent-Class-Procedure (*DeSarbo* u.a. 1992) genannt. Diese Verfahren sind aber bislang noch nicht im Rahmen der gängigen Statistikpakete zur Durchführung von Conjoint-Analysen implementiert.

#### 4.3.4 Conjoint-Simulator

Die Tatsache, dass im Rahmen der Conjoint-Analyse für jeden Befragten ein eigenes Modell der Präferenzbildung geschätzt wird, eröffnet außerdem die Möglichkeit der *Marktsimulation* (vgl. *Louviere* 1988: 68-76). Hierbei werden nach Maßgabe verschiedener Wettbewerbsszenarien die Beurteilungsobjekte festgelegt (sog. *choice sets*), auf der Grundlage der ermittelten Teilnutzenwerte deren jeweilige Gesamtbewertung errechnet und anschließend für jeden Befragten dessen Verhalten modelliert. Für die Transformation der im Rahmen des Conjoint Measurement gewonnenen Präferenzdaten in eine Kauf- bzw. Wahlwahrscheinlichkeit  $p$  stehen dabei drei Entscheidungsregeln zur Verfügung: Das *maximum-utility-Modell*, das *purchase probability-Modell* und das *Logit-Modell*.

☞ Im Rahmen des *maximum-utility-Modell* (auch: First-Choice-Regel) wird davon ausgegangen, dass die Befragten dasjenige Objekt wählen bzw. kaufen, das ihnen den größten Gesamtnutzen stiftet. Formal kann dieses Modell wie folgt dargestellt werden (vgl. *Hahn* 1997: 155; *Vriens* 1995: 73):

$$p_{nb} = \begin{cases} 1, & \text{falls } U_{nb} \mid \max_n U_{nb}, \\ 0, & \text{falls } U_{nb} \{ \max_n U_{nb} \end{cases}$$

mit:

$p_{nb}$  = Auswahlwahrscheinlichkeit für Objekt  $n$  bei Befragtem  $b$ ,

$U_{nb}$  = von Befragtem  $b$  empfundener Nutzen von Objekt  $n$ ,

$n$  = Index der Menge aller Elemente des choice sets, mit  $n \subset (1,2,\dots,N)$ .

Da im Rahmen dieses Modells nur die beiden Auswahlwahrscheinlichkeiten 0 und 100% zur Verfügung stehen, wird mit diesem Modell also auf individueller Ebene unmittelbar das Verhalten vorhergesagt.

☞ Eine zweite Möglichkeit zur Berechnung einer Kaufwahrscheinlichkeit auf individueller Ebene stellt das *purchase-probability-Modell* (auch: BTL (**Bradley-Terry-Luce**) Modell) dar (**Bradley/Terry** 1952; **Luce** 1959). Bei diesem wird jedem Objekt eine Kaufwahrscheinlichkeit zugeordnet, die dem Nutzen des betreffenden Objekts im Verhältnis zu den Nutzen aller betrachteten Objekte des choice sets entspricht (vgl. **Green/Krieger** 1988; **Hair** u.a. 1995). In einer formalen Darstellung gilt also:

$$p_{nb} \mid \frac{U_{nb}}{\sum_{n \mid 1} U_{nb}}$$

In diesem Modell wird also davon ausgegangen, dass eine Person nicht zwingend das Objekt mit dem höchsten Gesamtnutzen wählt bzw. kauft. Allerdings steigt die Kauf- bzw. Wahlwahrscheinlichkeit mit steigendem Nutzen eines Objekts.

☞ Im *Logit-Modell* schließlich wird ähnlich wie im eben betrachteten purchase-probability-Modell verfahren, allerdings werden nun nicht mehr die absoluten Nutzenwerte betrachtet werden. Vielmehr wird die Euler'sche Zahl in die Potenz der entsprechenden Nutzenwerte erhoben. Dadurch werden besonders große Unterschiede zwischen den Gesamtnutzenwerten der verschiedenen Objekte des choice set geglättet und schlagen sich nicht in drastischen Unterschieden in den jeweiligen Marktanteilen nieder.

$$p_{nb} \mid \frac{e^{U_{nb}}}{\sum_{n \mid 1} e^{U_{nb}}}$$

mit:

e = Euler'sche Zahl

Durch anschließende Aggregation der auf individueller Ebene errechneten Kauf- bzw. Wahlwahrscheinlichkeiten lassen sich dann die Markt- bzw. Stimmenanteile der Beurteilungsobjekte in den verschiedenen Wettbewerbsszenarien ermitteln.

#### 4.3.5 Diagnose der Ergebnis- und Prognosegüte

Die Ergebnis- und Prognosegüte lässt sich im Rahmen der Conjoint-Analyse mittels diverser Maßzahlen bestimmen: Als Maß für die *interne Validität* des geschätzten Modells kann die Korrelation zwischen den im Rahmen des Modells geschätzten und den empirisch beobachteten Gesamtnutzenwerten herangezogen werden (**Stallmeier** 1993: 64). Da bei einer

individuellen Conjoint-Analyse in aller Regel nur sehr wenige Freiheitsgrade zur Verfügung stehen – zuweilen werden gar saturierte Modelle geschätzt – muss diese Maßzahl aber schon aus schätztheoretischen Gründen einen sehr guten Modellfit anzeigen. Sie ist daher auch nur von sehr eingeschränktem praktischen Nutzen. Die *Prognosevalidität* kann ermittelt werden, wenn im Prozess der Datenerhebung über die zur Schätzung der Teilnutzenwerte notwendigen Stimuli hinaus den Befragten weitere Stimuli vorgelegt werden, die nicht zur Parameterschätzung notwendig sind und in diese auch nicht eingehen (sog. *Hold-out-Cards*). Auf der Grundlage der geschätzten Modellparameter wird dann für diese Stimuli ein Gesamtnutzenwert vorhergesagt. Die Korrelation dieses Prognosewertes mit dem empirischen beobachteten Präferenzwert gibt dann Auskunft über die Prognosekraft des geschätzten Modells. Im Idealfall sollten dabei so viele Holdout-Stimuli erhoben werden, dass die Zahl der zur Parameterschätzung verfügbaren Stimuli der Zahl der Holdout-Stimuli entspricht (*Green/Srinivasan* 1978: 115; *Green/Srinivasan* 1990: 13; *Schweickl* 1985: 70). Die *externe Validität* einer Conjoint-Analyse wird schließlich ermittelt, indem man das auf der Grundlage ihrer Ergebnisse vorhergesagte Verhalten der Menschen mit ihrem realen Verhalten vergleicht. Dieser Vergleich kann dabei auf individueller Ebene erfolgen, indem man das Entscheidungsverhalten eines Befragten mit Hilfe der Ergebnisse der Conjoint-Analyse vorherzusagen versucht (*Montgomery/Wittink* 1980; *Krishnamurthi* 1989), oder aber auf aggregierter Ebene, indem man die geschätzten Markt- bzw. Stimmenanteile mit den empirisch beobachteten vergleicht (*Davidson* 1973; *Page/Rosenbaum* 1987). Je größer dabei jeweils die Übereinstimmung ausfällt, desto größer ist die externe Validität.

## 5 Grenzen und Probleme der „traditionellen“ Conjoint-Analyse

Das Hauptproblem der traditionellen Conjoint-Analyse besteht darin, dass in ihrem Rahmen nur eine sehr *begrenzte Zahl von entscheidungsrelevanten Objekteigenschaften* berücksichtigt werden kann, da ansonsten die Zahl der den Befragten zu präsentierenden Stimuli zu groß zu werden droht (vgl. z.B. *Vriens* 1995: 119). Sie ist daher in vielen komplexen Entscheidungssituationen nicht anwendbar. Aber selbst dann, wenn die Zahl der untersuchten Eigenschaften überschaubar ist, steht man im Rahmen der traditionellen Conjoint-Analyse vor dem Problem, dass einerseits die Zahl der durch die Respondenten zu beurteilenden Stimuli möglichst gering gehalten werden sollte, man andererseits aber an einer möglichst großen Zahl von Freiheitsgraden interessiert ist, um zuverlässige Parameterschätzungen zu erhalten. In der Forschungspraxis wird dieser Konflikt in der Regel zugunsten einer möglichst geringen Zahl von Stimuli gelöst, so dass sich viele Conjoint-Analysen am Rande des „schätztheoretische[n] Abgrund[s]“ bewegen (*Stallmeier* 1993: 53).



Ein weiterer Mangel der traditionellen Conjoint-Analyse besteht darin, dass sie *keine integrierte Entscheidungsregel* enthält (**Hahn** 1997: 128f; **Benna** 1998: 282). Sie liefert vielmehr lediglich Präferenzdaten aus denen dann mittels zusätzlicher Hypothesen das Entscheidungsverhalten der befragten Personen abgeleitet werden muss (vgl. 4.3.4). In der Marketingforschung ist man aber in der Regel an der unmittelbaren Vorhersage der Kaufentscheidung der Respondenten interessiert, so dass das Fehlen einer integrierten Entscheidungsregel im Rahmen der Conjoint-Analyse dort zunehmend kritisiert wird (vgl. exemplarisch **Hahn** 1997). Als problematisch wird in diesem Zusammenhang außerdem angesehen, dass die vorgestellten Entscheidungsregeln, um die die Conjoint-Analyse zum Zwecke der Vorhersage des individuellen Verhaltens ergänzt werden kann, alle davon ausgehen, dass sich ein Befragter zwingend für eines der Objekte des choice sets entscheiden muss (**Hahn** 1997: 157). Die Möglichkeit, dass ein Befragter keines der Objekte kaufen bzw. wählen würde, ist also im Rahmen der traditionellen Conjoint-Analyse nicht vorgesehen, was die Realitätsnähe der Conjoint-Analyse nicht unerheblich mindert, da Präferenzbildung und Kauf- bzw. Wahlentscheidung oftmals voneinander unabhängig sind.

Als weiterer Kritikpunkt an der Conjoint-Analyse kann angeführt werden, dass sie die Phase der Objektwahrnehmung als Vorstufe der Präferenzbildung gewissermaßen überspringt, sie also implizit davon ausgeht, dass die Befragten über eine vollständige und korrekte Wahrnehmung der Beurteilungsobjekte verfügen (**Mengen** 1993: 73; vgl. auch **Stallmeier** 1993: 74). Diese Annahme ist insofern plausibel, als im Rahmen der Conjoint-Analyse den Befragten zumeist schriftliche Kurzbeschreibungen der verschiedenen zu beurteilenden Stimuli vorgelegt werden, auf denen diese hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Attribute vollständig beschrieben sind. Bei diesem Vorgehen besteht zunächst kein Grund zu der Annahme, dass die Respondenten die Beurteilungsobjekte unvollständig oder unkorrekt wahrnehmen. Fraglich wird diese Annahme aber bereits bei einer graphischen oder figürlichen Präsentation der Stimuli. Hier kann a priori nicht davon ausgegangen werden, dass die Befragten alle vom Forscher experimentell variierten Eigenschaften tatsächlich auch wahrnehmen. Problematisch ist das Überspringen der Objektwahrnehmung aber auch bei der Verwendung der im Rahmen einer Conjoint-Analyse ermittelten Präferenzdaten für die Vorhersage der Kauf- bzw. Wahlentscheidung bezüglich realer Objekte (z.B. Produkte). In diesem Fall kann nicht unbesehen davon ausgegangen werden, dass die Wahrnehmung, die die Befragten von diesen Objekten besitzen, die im Rahmen der Conjoint-Analyse analysierten Attribute umfasst und außerdem deren objektiven Ausprägungen mit deren subjektiver Wahrnehmung durch die Probanden übereinstimmen.

## 6 Weiterentwicklungen der Conjoint-Analyse

In den letzten Jahren hat es eine ganze Reihe von methodischen Innovationen gegeben, mit denen versucht wurde, einige der eben beschriebenen Limitationen der traditionellen Conjoint-Analyse zu überwinden. So wurde die Conjoint-Analyse zum einen um einen kompositionellen Befragungsteil erweitert, um eine größere Zahl von Attributen verarbeiten zu können (vgl. Kapitel 6.1). Zum anderen wurde versucht, das Verhalten der Auskunftspersonen, also insbesondere ihre Wahlhandlungen, in das Modell der Conjoint-Analyse zu integrieren (vgl. Kapitel 6.2). Diese methodischen Innovationen seien im folgenden kurz beschrieben, um einen vollständigen Überblick über das Verfahren der Conjoint-Analyse, wie es sich heute darstellt, zu erhalten.

### 6.1 Integration einer größeren Zahl von Eigenschaften

#### 6.1.1 Die hybride Conjoint-Analyse

Im Rahmen der *hybriden Conjoint-Analyse* (vgl. zuerst **Green/Goldberg/Montemayor** 1981 sowie außerdem **Green** 1984 und **Green/Krieger** 1996) wird die „traditionelle“ Conjoint-Analyse um einen vorgeschalteten kompositionellen Befragungsteil erweitert (vgl. für eine Anwendung **Schubert** 1991). Im Rahmen des kompositionellen Befragungsteils werden dabei zunächst alle Eigenschaftsausprägungen von den Befragten direkt hinsichtlich ihrer Vorziehungswürdigkeit bewertet und anschließend die relative Wichtigkeit der verschiedenen betrachteten Eigenschaften abgefragt. Nachgeschaltet erfolgt dann ein dekompositioneller Befragungsteil, in dessen Rahmen den Befragten verschiedene Beurteilungsobjekte vorgeführt werden, die von diesen beurteilt werden sollen. Der dekompositionelle Befragungsteil wird dabei über ein Profildesign administriert. Im Unterschied zur traditionellen Conjoint-Analyse werden den Befragten im Rahmen des dekompositionellen Befragungsteils des hybriden Modells aber nicht alle  $n$  Objekte des jeweiligen experimentellen Designs vorgeführt. Vielmehr wird die untersuchte Stichprobe in  $k$  Teilstichproben unterteilt und den Befragten in diesen Teilstichproben jeweils nur  $n/k$  Stimuli präsentiert. Aufgrund der Informationen, die im Rahmen des vorgeschalteten kompositionellen Befragungsteils erhoben wurden, erfolgt zunächst eine vorläufige Schätzung der Teilnutzenwerte auf individueller Ebene. Diese Schätzung wird dann im Anschluss durch die Ergebnisse des auf aggregierter Ebene ausgewerteten dekompositionellen Befragungsteils korrigiert. Aufgrund der im Rahmen der hybriden Conjoint-Analyse erfolgenden Aufteilung des experimentellen Designs auf verschiedene Teilstichproben wird dabei auch die Untersuchung von Beurteilungsobjekten mit einer Vielzahl von beurteilungsrelevanten Eigenschaften möglich. Allerdings kann keine Berechnung der Teilnutzenwerte auf individueller Ebene mehr erfolgen, womit einer der zentralen Vorteile der Conjoint-Analyse aufgegeben wird (**Vriens** 1995: 11).

### 6.1.2 Die Adaptive-Conjoint-Analyse (ACA)

Die *Adaptive-Conjoint-Analyse* (vgl. zuerst **Johnson** 1985 sowie außerdem **Green/Krieger/Agarwal** 1991 und **Johnson** 1991) stellt im Kern eine Weiterentwicklung der hybriden Conjoint-Analyse dar, wobei die Datenerhebung nun allerdings im Rahmen eines computergestützten Interviews erfolgt (vgl. Sawtooth Software 1996). Dieses Verfahren wird deshalb als *adaptiv* bezeichnet, da das Programm im Prozess des Interviews vor dem Hintergrund der bereits gegebenen Antworten jeweils berechnet, mit welchen Fragen der Befragte im nächsten Schritt konfrontiert werden soll. Die Adaptive-Conjoint-Analyse geht dabei in fünf Schritten vor: Zunächst werden für jede Eigenschaft diejenigen Ausprägungen ausgeschlossen, die ein Befragter für in keinem Fall akzeptabel hält (dieser Schritt kann aber auch übergangen werden). Sodann wird der Befragte gebeten, die verbleibenden Ausprägungen einer jeden Eigenschaft nach Maßgabe ihrer Vorziehenswürdigkeit zu bewerten. Die relative Bedeutung der verschiedenen betrachteten Eigenschaften wird dann ermittelt, indem die Befragten gebeten werden anzugeben, welche Bedeutung dem Unterschied zwischen der jeweils besten und der jeweils schlechtesten Ausprägung einer Eigenschaft zukommt, wenn sie sich zwischen zwei Beurteilungsobjekten entscheiden müssten, die sich nur in dieser Hinsicht voneinander unterscheiden. Im Anschluss werden den Befragten jeweils zwei Stimuli präsentiert, die durch mindestens zwei und höchstens fünf der untersuchten Objektattribute charakterisiert werden. Die Befragten sollen dabei auf einer bipolaren Rating-Skala angeben, welchen der beiden Stimuli sie präferieren. Die präsentierten Stimuli werden dabei von der Befragungssoftware so ausgewählt, dass sie von dem jeweiligen Befragten auf der Grundlage des bis zu diesem Zeitpunkt berechneten Präferenzmodells als möglichst ähnlich angesehen werden, wobei allerdings immer darauf geachtet wird, dass letztlich ein orthogonales Design Anwendung findet. Auf diese Art und Weise ist sichergestellt, dass das jeweils abgefragte Präferenzurteil des Befragten die größtmögliche *zusätzliche* Information über seine Präferenzen liefert. Dieser Prozess wird so lange fortgeführt bis ein vom Anwender zu spezifizierendes Abbruchkriterium erfüllt ist. Am Schluss des Interviews werden den Befragten dann noch eine Reihe von sogenannten „Calibrating Concepts“ präsentiert. Bei diesen handelt es sich um Stimuli die hinsichtlich der wichtigsten Eigenschaften beschrieben werden und bezüglich derer der Befragte angeben muss, mit welcher Wahrscheinlichkeit er sie kaufen würde. Die Informationen dieses letzten Schritts werden benötigt, um die Teilnutzenwerte der Befragten auf eine interindividuell vergleichbare Skala zu normieren. Außerdem werden die hier erzielten Informationen benutzt um die Ergebnisse des kompositionellen und des dekompositionellen Befragungsteils relativ zueinander so zu gewichten, dass der größtmögliche Vorhersageerfolg hinsichtlich der „Calibrating Concepts“ erzielt wird.

## 6.2 Integration des Verhaltens

### 6.2.1 Das Choice-Based-Conjoint (CBC)

Das *Choice-Based-Conjoint* (vgl. zuerst *Louviere/Woodworth* 1983) unterscheidet sich von allen vorgenannten Varianten der Conjoint-Analyse dadurch, dass in ihrem Rahmen als Präferenzmaß nicht das Rating- oder das Rankingverfahren (oder eine ihrer Varianten) benutzt wird, sondern die Befragungspersonen aus einer Reihe sog. *choice sets* jeweils einen Stimuli auswählen müssen. Die Stimuli werden dabei durch eine Kombination von konkreten Ausprägungen *aller* betrachteten Eigenschaften gebildet, so dass im Rahmen des Choice-Based-Conjoint wieder nur eine relativ kleine Zahl von entscheidungsrelevanten Eigenschaften berücksichtigt werden kann. Die Befragten haben darüber hinaus aber außerdem auch immer die Möglichkeit, *keinen* der Stimuli eines Choice Sets zu wählen. Die Struktur der Datenerhebung entspricht dadurch sehr gut einer alltäglichen Entscheidungssituation, in deren Rahmen in der Regel ebenfalls nur eine Alternative gewählt werden *kann* aber nicht gewählt werden *muss*. Diese Art der Datenerhebung ist allerdings sehr viel weniger „informationshaltig“ als die traditionelle Conjoint-Analyse, da die Befragten pro choice set jeweils nur einen Messwert liefern. Im Rahmen des Choice-Based-Conjoint ist es daher in der Regel auch nicht möglich, die Teilnutzenwerte auf individueller Ebene zu schätzen. Die Auswertung muss also auf aggregierter Ebene erfolgen. Wird das Choice-Based-Conjoint computerbasiert administriert, dann werden den Befragten in der Regel unterschiedliche choice sets vorgelegt, so dass auf aggregierter Ebene nicht nur die Haupteffekte sondern auch Interaktionseffekte geschätzt werden können (vgl. Sawtooth Software 1999a). Die Zahl der in einem choice set enthaltenen Stimuli sowie die Zahl der jedem Befragten zu präsentierenden choice sets werden im Rahmen des Choice-Based-Conjoint vom Anwender vorgegeben. Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgt entweder durch eine einfache Auszählung der von den verschiedenen Stimuli erhaltenen „Wahlen“ oder aber durch ein multinomiales Logit-Modell. Neuere Entwicklungen ermöglichen die Verbindung des Choice-Based-Conjoint mit der Latent-Class-Analyse (Sawtooth Software 1999b), so dass die parallele Segmentierung der Befragten nach Maßgabe der Homogenität ihrer Präferenzstrukturen möglich ist und man somit zumindest Gruppen von Befragten mit identischen Präferenzstrukturen bilden kann.<sup>13</sup>

---

13 Die neueste Entwicklung im Bereich der Conjoint-Analyse soll es sogar ermöglichen, mit Hilfe der Bayesian Statistics aus den Ergebnissen des Choice-Based-Conjoint auf individuelle Teilnutzenwerte zu schließen (Sawtooth Software 1999c).

### 6.2.2 Die Limit-Conjoint-Analyse

Eine relativ einfache Möglichkeit, eine Verhaltensdimension in die traditionelle Conjoint-Analyse zu integrieren und gleichzeitig weitere Analysen auf individueller Ebene vornehmen zu können, stellt die sog. *Limit-Conjoint-Analyse* dar (vgl. zuerst **Hahn** 1997). Ausgehend von einer mittels der Profilmethode durchgeführten Conjoint-Analyse, in deren Rahmen als Präferenzmaß das Ranking-Verfahren Verwendung findet, kann man durch einfaches Hinzufügen einer sog. *Limit-Card* das Entscheidungsverhalten der Befragten in das Conjoint-Modell integrieren. Die Limit-Card gibt dabei an, bis zu welchem Rangplatz die Befragten die präsentierten Stimuli kaufen bzw. wählen würden. Sie wird hinter die letzte Profilkarte sortiert, auf der ein Beurteilungsobjekt beschrieben ist, das ein Befragter tatsächlich kaufen bzw. wählen würde. Findet ein Befragter keines der beschriebenen Beurteilungsobjekte akzeptabel, so muss er alle Profilkarten hinter die Limit-Card sortieren. Die Limit-Conjoint-Analyse setzt weiter voraus, dass die Teilnutzenwerte der Befragten trotz des ordinalen Präferenzmaßes über eine OLS-Regression geschätzt werden. Erhält in einer solchen Konstellation normalerweise der meistpräferierte von N bewerteten Stimuli den Wert N zugewiesen, während der letztpräferierte Stimulus den Wert 1 erhält, so wird nun eine Skalenverschiebung dergestalt vorgenommen, dass der Nullpunkt der Skala zwischen den letzten noch gewählten und den ersten abgelehnten Stimuli verschoben wird (vgl. **Hahn** 1997: 203). Die Limit-Card kann somit gewissermaßen als „individueller Nutzennullpunkt“ interpretiert werden (**Stadie** 1998: 67). Ein solches Modell ermöglicht dann auch eine Vorhersage, ob ein beliebiges Objekt von einem Befragten gewählt würde oder nicht: Der Basisnutzen  $\zeta_{ob}$  (vgl. Kapitel 4.3.1) gibt dabei den Betrag der Nutzenschwelle an, die überwunden werden muss, damit ein Objekt gewählt wird (**Hahn** 1997: 206). Reichen die mit den Eigenschaftsausprägungen eines konkreten Objekts verbundenen Teilnutzenwerte nicht aus, diese Nutzenschwelle zu überwinden, dann wird auf der Grundlage dieses Modells vorhergesagt, dass die betreffende Person dieses Objekt nicht kaufen bzw. wählen wird.

## 7 Sozialwissenschaftliche Anwendungsmöglichkeiten

In der sozialwissenschaftlichen Literatur lassen sich bislang nur einige wenige Anwendungen der Conjoint-Analyse finden. **Diekmann** (1982) verwendete die Conjoint-Analyse zur Messung des Sozialprestiges, **Shamir** und **Shamir** (1995) zur Messung von Wertorientierungen sowie **Klein** (2002a, 2002b) für die Messung von Policy-Präferenzen. Anhand der beiden letztgenannten Anwendungsbeispiele soll im folgenden kurz aufgezeigt werden, welche Vorteile die Conjoint-Analyse hinsichtlich der dort untersuchten Fragestellungen jeweils aufweist.

Worin bestehen zunächst die Vorteile der Conjoint-Analyse bei der Messung von Wertorientierungen? Im Rahmen der von *Shamir/Shamir* (1995) durchgeführten Conjoint-Analyse zu Messung von Wertorientierungen werden die Befragten unter Verwendung der Profilmethode gebeten, mehrere Gesellschaftsszenarien, die jeweils verschiedene Kombinationen der untersuchten Werte repräsentieren, in eine Rangordnung zu bringen. Die Befragten müssen also alle untersuchten Werte gleichzeitig aktualisieren und zur Bewertung der vorgelegten Alternativen heranziehen. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass Werte von ihrer Natur her immer *vergleichend* und im realen Leben immer auch mehr oder weniger *rivalisierend* sind. Die Befragten müssen folglich *Prioritäten* setzen und dabei auch *trade-offs* zwischen den verschiedenen Werten vornehmen. Die Conjoint-Analyse ist dabei insofern ein sehr flexibles Instrument, als der Befragte völlig frei ist, welche der angesprochenen Werte er zur Bewertung heranziehen will, wie er die verschiedenen Werte gewichtet und welche *trade-offs* er zwischen den verschiedenen Werten vornimmt. Da die Präferenzmessung über ein Ranking-Verfahren erfolgt, ist darüber hinaus nicht mit gravierenden *response sets* zu rechnen, gleichwohl können die Befragten die verschiedenen untersuchten Werte aber durchaus gleich gewichten. Da die Befragten im Rahmen der Conjoint-Analyse ihre Wertorientierungen nicht explizit nennen, sondern diese aus der Bewertung der verschiedenen Gesellschaftsszenarien abgeleitet werden, ist auch mit geringeren Verzerrungen durch Effekte der sozialen Erwünschtheit zu rechnen. Die der Conjoint-Analyse zugrundeliegende Verbundmessung von Werten erscheint außerdem als besonders realitätsnahes Verfahren, insofern es von den Befragten die Evaluation realistischer Szenarien und nicht bloß einzelner abstrakter Werte verlangt.

Die Vorteile der Conjoint-Analyse bei der Analyse von Policy-Präferenzen lassen sich besonders gut in Abgrenzung zum bislang vorherrschenden Vorgehen in der empirischen Wahlforschung, dem sog. *räumlichen Modell der Parteienkonkurrenz* herausarbeiten: Hier müssen die Befragten ihren eigenen sowie die subjektiv wahrgenommenen Standpunkte der verschiedenen Parteien auf einer bipolaren Policy-Skala angeben, wobei davon ausgegangen wird, dass diese Skala „ein stetig verlaufendes Kontinuum von Maßnahmen bezüglich einer politischen Streitfrage darstellt und jede einzelne Position auf dieser Skala einen bestimmten Grad, eine klar definierte Abstufung hinsichtlich des Ausmaßes dieser Maßnahmen repräsentiert“ (*Behnke* 1999: 66). Die Bewertung der einzelnen möglichen Standpunkte bezüglich der untersuchten Streitfragen ergibt sich im Rahmen räumlicher Modelle der Parteienkonkurrenz dann einfach durch die jeweilige Distanz zum Standpunkt des Befragten. Für jede der untersuchten Streitfragen kann damit für jeden Befragten die Policy-Distanz zu den verschiedenen politischen Parteien berechnet werden. Diese Distanzen werden mit der subjektiven Wichtigkeit der betreffenden Streitfrage für den Befragten, die über eine einfache Rating-Skala erhoben wird, gewichtet und anschließend für die verschiedenen Parteien aufsummiert. Für jede Partei ergibt sich so ein globales Maß der programmatischen Nähe zu den Standpunkten des Befragten.

Als Nachteil dieses Vorgehens ist anzusehen, dass die Probanden die untersuchten Wahlplattformen nicht ganzheitlich beurteilen müssen. Vielmehr bewerten sie die verschiedenen Streitfragen unabhängig voneinander. Nun stehen in einer parlamentarischen Demokratie aber nicht einzelne politische Sachfragen zur Abstimmung, sondern vielmehr die Wahlplattformen der Parteien, die Aussagen zu vielen Politikfeldern enthalten. Die Wähler müssen also zwischen den verschiedenen programmatischen Aussagen der Parteien abwägen, denn kaum ein Wähler wird in allen Punkten mit der von ihm letztlich gewählten Partei übereinstimmen. Die Befragten sollten also im Rahmen eines dekompositionellen Vorgehens dazu gezwungen werden, die in den Wahlplattformen der Parteien enthaltenen Aussagen zu den verschiedenen Streitfragen einer Wahl gegeneinander abzuwägen, wenn man zu validen Schätzungen der relativen Wichtigkeiten dieser Streitfragen für die Präferenzbildung der Wähler gelangen will. Vor diesem Hintergrund bietet es sich an, die Policy-Präferenzen der Wähler über eine mittels der Profilmethode administrierte Conjoint-Analyse zu erheben (vgl. *Klein* 2002a). Die im Rahmen räumlicher Modelle der Parteienkonkurrenz gestellte direkte Frage nach der subjektiven Wichtigkeit der verschiedenen Politikfelder hingegen wird in der Regel keine validen Informationen über die relative Bedeutung der verschiedenen Streitfragen liefern. Die Ergebnisse vieler experimenteller Studien zeigen nämlich, dass Befragte in der Regel nicht in der Lage sind, valide Angaben darüber zu machen, welche Bedeutung den verschiedenen Eigenschaften der in einer konkreten Entscheidungssituation zur Wahl stehenden Alternativen bei ihrer Urteilsbildung letztlich zukommt, wenn man sie direkt danach fragt (*Slovic/Fleissner/Baumann* 1972; *Scott/Wright* 1976). *Nisbett* und *Wilson* (1977) bestreiten gar „jegliche Einsicht in kognitive Prozesse höherer Ordnung ... Nach ihrer Meinung ist es lediglich möglich, das Produkt eines Entscheidungsprozesses bewusst zu verbalisieren, nicht jedoch den Entscheidungsprozeß selbst“ (*Behnke* 1999: 112).

## Literatur

- Acito, Franklin*, 1977: An Investigation of Some Data Collection Issues in Conjoint Measurement. In: American Marketing Association (Hrsg.): American Marketing Association Educators' Conference Proceedings. Chicago: AMA, S. 82-85.
- Addelman, Sidney*, 1962a: Orthogonal Main-Effect Plans for Asymmetrical Factorial Experiments. In: *Technometrics*, 4, S. 21-46.
- Addelman, Sidney*, 1962b: Symmetrical and Asymmetrical Fractional Factorial Plans. In: *Technometrics*, 4, S. 47-57.
- Akaah, Ishmael*, 1991: Predictive Performance of Self-Explicated, Traditional Conjoint and Hybrid Conjoint Models under Alternative Data Collection Modes. In: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19, S. 309-314.
- Alpert, Mark I.*, 1971: Identification of Determinant Attributes: A Comparison of Methods. In: *Journal of Marketing Research*, S. 184-191.
- Alwin, Duane F. / Krosnick, Jon A.*, 1985: The Measurement of Values in Surveys: A Comparison of Ratings and Rankings. In: *Public Opinion Quarterly*, 49, S. 535-552.

American Marketing Association, 1992: Conjoint Analysis: A Guide for Designing and Interpreting Conjoint Studies. Chicago, Illinois: American Marketing Association.

**Backhaus, Klaus / Erichson, Bernd / Plinke, Wulff / Weiber, Rolf**, 1994: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Siebte, vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin u.a.: Springer Verlag.

**Backhaus, Klaus / Ewers, Hans-Jürgen / Büschken, Joachim / Fonger, Matthias**, 1992: Marketingstrategien für den schienengebundenen Güterfernverkehr. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht (Beiträge aus dem Institut für Verkehrswissenschaft an der Universität Münster; H. 126).

**Bauer, Hans / Thomas, Uwe**, 1984: Die Präferenzen von Arbeitnehmern gegenüber Tarifvertragskomponenten. Eine empirische Analyse mit Hilfe des Conjoint Measurement. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 3, S. 200-228.

**Beck, Michael / Opp, Karl-Dieter**, 2001: Der faktorielle Survey und die Messung von Normen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 53, S. 283-306.

**Behnke, Joachim**, 1999: Räumliche Modelle der sachfragenorientierten Wahlentscheidung. Formale Analyse und empirische Untersuchungen der Determinanten ihrer Eignung zur Prognose der Parteienwahl. Hamburg: Dr. Kovac.

**Benna, Ralf**, 1998: Bedarfsorientiertes Filialbanking. Empirische Identifikation erforderlicher Leistungsstrukturen mit Hilfe der Conjoint-Analyse. Frankfurt am Main: Fritz Knapp Verlag (Schriftenreihe des Zentrums für Ertragsorientiertes Bankmanagement, Bd. 16).

**Böcker, Franz**, 1986: Präferenzforschung als Mittel marktorientierter Unternehmensführung. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 38, S. 543-574.

**Bradley, R.A. / Terry, M.E.**, 1952: Rank Analysis of Incomplete Block Designs: I. The Method of Paired Comparisons. In: Biometrika, 39, S. 324-345.

**Carmone, Frank J. / Green, Paul E. / Jain, Arun K.**, 1978: The Robustness of Conjoint Analysis: Some Monte Carlo Results. In: Journal of Marketing Research, 15, S. 300-303.

**Carroll, J. Douglas**, 1973: Models and algorithms for multidimensional scaling, conjoint measurement, and related techniques. In: **Green, Paul E. / Wind, Yoram** (Hrsg.): Multivariate decisions in marketing: A measurement approach. Hinsdale: The Dryden Press, S. 299-371.

**Cattin, Philippe / Bliemel, Friedhelm**, 1978: Metric vs. Nonmetric Procedures for Multiattribute Modelling: Some Simulation Results. In: Decision Sciences, 9, S. 472-480.

**Cattin, Philippe / Wittink, Dick R.**, 1982: Commercial Use of Conjoint Analysis: a Survey. In: Journal of Marketing, 46, S.44-53.

**Chapman, Randall G. / Bolton, Ruth N.**, 1985: Attribute Presentation Order Bias and Nonstationarity in Full Profile Conjoint Analysis Tasks. In: American Marketing Association (Hrsg.): American Marketing Association Educators' Proceedings. Chicago: AMA, S. 373-379.

**Creyer, Elizabeth / Ross, William T.**, 1988: The Effect of Range-Frequency Manipulations on Conjoint Importance Weight Stability. In: Advances in Consumer Research, 15, S. 505-509.

**Currin, Imram S. / Weinberg, Charles B. / Wittink, Dick R.**, 1981: Design of Subscription Programs for a Performing Art Series. In: Journal of Consumer Research, 8, S. 67-75.

**Davidson, J.D.**, 1973: Forecasting Traffic on STOL. In: Operations Research Quarterly, 22, S. 561-569.

**DeSarbo, Wayne S. / Wedel, Michel / Vriens, Marco / Ramaswamy, Venkatram**, 1992: Latent Class Metric Conjoint Analysis. In: Marketing Letters, 6, S.137-147.

**Dey, Aloke / Mukerjee, Rahul**, 1999: Fractional Factorial Plans. New York u.a.: Wiley.

**Diekmann, Andreas**, 1982: Eine additiv verbundene Messung des Sozialprestiges. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie, 13, S. 22-31.



- Dülmer, Hermann**, 2000: Argumente, Bildung und Moral. Eine empirische Untersuchung zu Kohlbergs Theorie des moralischen Urteils, Opladen: Leske+Budrich.
- Dülmer, Hermann**, 2001: Bildung und der Einfluss von Argumenten auf das moralische Urteil. Eine empirische Analyse zur moralischen Entwicklungstheorie Kohlbergs. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 53, 1-27.
- Green, Paul E.**, 1974: On the Design of Choice Experiments Involving Multiattribute Alternatives. In: Journal of Consumer Research, September 1974, S. 61-68.
- Green, Paul E.**, 1984: Hybrid Models for Conjoint Analysis: An Expository Review. In: Journal of Marketing Research, 21 (May), S. 155-159.
- Green, Paul E. / Krieger, Abba M.**, 1988: Choice Rules and Sensitivity Analysis in Conjoint Simulators. In: Journal of the Academy of Marketing Sciences, 16, S. 114-127.
- Green, Paul E. / Krieger, Abba M.**, 1991: Segmenting Markets with Conjoint Analysis. In: Journal of Marketing, 55, S.20-31.
- Green, Paul E. / Krieger, Abba M.**, 1996: Individualized Hybrid Models for Conjoint-Analysis. In: Management Science, 42, S. 850-867.
- Green, Paul E. / Rao, Vithala R.**, 1971: Conjoint Analysis for Quantifying Judgmental Data. In: Journal of Marketing Research, 13, S. 355-363.
- Green, Paul E. / Srinivasan, V.**, 1978: Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook. In: The Journal of Consumer Research, 5, S. 103-122.
- Green, Paul E. / Srinivasan, V.**, 1990: Conjoint Analysis in Marketing: New Developments with Implications for Research and Practice. In: Journal of Marketing, 54, no. 4, S. 3-19.
- Green, Paul E. / Tull, Donald S.**, 1982: Methoden und Techniken der Marktforschung. Stuttgart.
- Green Paul E. / Wind, Yoram**, 1975: New Way to Measure Consumers' Judgments. In: Harvard Business Review, 53, S. 107-117.
- Green, Paul E. / Goldberg, Stephen M / Montemayor, Mila**, 1981: A Hybrid Utility Estimation Model for Conjoint Analysis. In: Journal of Marketing, 45, S. 33-41.
- Green, Paul E. / Krieger, Abba M. / Agarwal, Manoj K.**, 1991: Adaptive Conjoint Analysis: Some Caveats and Suggestions. In: Journal of Marketing Research, 28 (May 1991), S. 215-222.
- Green, Paul E. / Krieger, Abba M. / Bansal, Pradeep**, 1988: Completely Unacceptable Levels in Conjoint Analysis: A Cautionary Note. In: Journal of Marketing Research, 25 (August), S. 293-300.
- Green, Paul E. / Tull, D.S. / Albaum, Gerald**, 1988: Research for Marketing Decisions. Fifth Edition. Prentice Hall: Englewood Cliffs.
- Gustafsson, Anders / Herrmann, Andreas / Huber, Frank**, 2000: Conjoint Analysis as an Instrument of Market Research Practice. In: **Gustafsson, Anders / Herrmann, Andreas / Huber, Frank** (Hrsg.): Conjoint Measurement. Methods and Application. Berlin u.a.: Springer, S. 5-45.
- Hahn, Christian**, 1997: Conjoint- und Discrete Choice-Analyse als Verfahren zur Abbildung von Präferenzstrukturen und Produktauswahlentscheidungen. Ein theoretischer und computergestützter empirischer Vergleich. Münster: Lit-Verlag (Betriebswirtschaftliche Schriftenreihe, Bd. 80).
- Hair, Joseph F. / Anderson, Rolph E. / Tatham, Ronald L. / Black, William C.**, 1995: Multivariate Data Analysis with Readings. Fourth Edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Hauser, John R. / Shugan, J.M.**, 1980: Intensity Measures of Consumer Preference. In: operations research, 28, S. 278-320.
- Hauser, John R. / Urban, Glen L.**, 1977: A Normative Methodology for Modelling Consumer Response to Innovation. In: Operations Research, 25, S. 579-619.
- Herrmann, Andreas / Huber, Frank / Braunstein, Christine**, 1999: Wählerorientierte Positionierung von Politikern – Ergebnisse einer Untersuchung in Europa auf der Basis der Conjoint-Analyse. In: Der Markt, 38, S. 86-98.

- Howard, John A. / Sheth, Jadish N.**, 1969: The Theory of Buyer Behavior. New York.
- Huber, Joel**, 1975: Predicting preferences on Experimental Bundles of Attributes: A Comparison of Models. In: Journal of Marketing Research, 12, S. 290-297.
- Jain, Arun R. / Acito, Franklin / Malhorta, Naresh K. / Mahajan, Vijay**, 1979: A Comparison of Internal Validity of Alternative Parameter Estimation Methods in Decompositional Multiattribute Preference Models. In: Journal of Marketing Research, 16, S. 313-322.
- Jasny, Ralf**, 1993: Marktsimulationen mit Hilfe von Präferenzdaten zur kundenorientierten Planung von Vermögensanlageprodukten. München: VVF.
- Johnson, Richard M.**, 1974: Trade-Off Analysis of Consumer Values. In: Journal of Marketing Research, 11, S. 121-136.
- Johnson, Richard M.**, 1985: Adaptive Conjoint Analysis. In: Sawtooth Software Inc. (Hrsg.): Proceedings of the Sawtooth Software Conference on Perceptual Mapping, Conjoint Analysis and Computer Interviewing. Ketchum, ID: Sawtooth Software Inc., S. 253-265.
- Johnson, Richard M.**, 1991: Comment on "Adaptive Conjoint Analysis: Some Caveats and Suggestions". In: Journal of Marketing Research, 28, S. 223-225.
- Klein, Markus**, 2002a: Wählen als Akt expressiver Präferenzoffenbarung. Eine Anwendung der Conjoint-Analyse auf die Wahl zur Hamburger Bürgerschaft vom 21. September 1997. Frankfurt / New York: Peter Lang (Empirische und methodologische Beiträge zur Sozialwissenschaft, Bd. 20).
- Klein, Markus**, 2002b: Die Wahrnehmung und Bewertung von Wahlplattformen durch die Wähler. In: planung & analyse. Zeitschrift für Marktforschung und Marketing 29, S. 52-57.
- Krishnamurthi, Lakshman**, 1989: Conjoint-Models of Family Decision Making. In: International Journal of Research in Marketing, 5, S. 185-198.
- Krosnick, Jon A. / Alwin, Duane F.**, 1988: A test of the form-resistant correlation hypothesis. In: Public Opinion Quarterly, 52, S. 526-538.
- Kruskal, John B.**, 1965: Analysis of Factorial Experiments by Estimating Monotone Transformations of the Data. In: Journal of the Royal Statistical Society, 27 (Series B), S. 251-263.
- Kumar, V. / Gaeth, Gary J.**, 1991: Attribute Order and Product Familiarity Effects in Decision Tasks Using Conjoint Analysis. In: International Journal of Research in Marketing, 8, S. 113-124.
- Lancaster, Kelvin J.**, 1966: A New Approach to Consumer Theory. In: Journal of Political Economy, 74, S. 123-157.
- Lancaster, Kelvin J.**, 1971: Consumer Demand: A New Approach. New York: Wiley.
- Levy, M. J. / Webster, J. / Kerin, R.A.**, 1983: Formulating Push Strategies: A Method and Application. In: Journal of Marketing, 47 (Winter 1983), S. 25-34.
- Louviere, Jordan J.**, 1988: Analyzing Decision Making. Metric Conjoint Analysis. Beverly Hills (Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, Vol. 67).
- Louviere, Jordan J.**, 1994: Conjoint Analysis. In: **Bagozzi, Richard P.** (Hrsg.): Advanced Methods of Marketing Research. Cambridge/Massachusetts: Blackwell Publishers, S. 223-259.
- Louviere, Jordan J. / Woodworth, G.**, 1983: Design and Analysis of Simulated Consumer Choice or Allocation Experiments: An Approach Based on Aggregate Data. In: Journal of Marketing Research, 20 (November 1983), S.350-367.
- Luce, R. Duncan**, 1959: Individual Choice Behavior. New York: John Wiley & Sons.
- Luce, R. Duncan / Tukey, John W.**, 1964: Simultaneous Conjoint Measurement: A New Type of Fundamental Measurement. In: Journal of Mathematical Psychology, 1, S. 1-27.
- Mahajan, Vijay / Green, Paul E. / Goldberg, Stephen M.**, 1982: A conjoint model for measuring self- and cross-price/demand relationships. In: Journal of Marketing Research, 19, S. 334-342.

- Malhotra, Naresh K.**, 1982: Information Overload and Consumer Decision Making. In: *Journal of Consumer Research*, 8, S. 419-430.
- Mengen, Andreas**, 1993: Konzeptgestaltung von Dienstleistungsprodukten. Eine Conjoint-Analyse im Luftfrachtmarkt unter Berücksichtigung der Qualitätsunsicherheit beim Dienstleistungskauf. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Mevorach, Baruch**, 1997: The business of elections. In: *Quality and Quantity*, 31, S. 325-335.
- Montgomery, David B. / Wittink, Dick R.**, 1980: The Predictive Validity of Conjoint Analysis for Alternative Aggregation Schemes. In: **Montgomery, David B. / Wittink, Dick R.** (Hrsg.): *Market Measurement and Analysis. Proceedings of ORSA/TIMS Special Interest Conference*. Cambridge: Marketing Science Institute, S. 298-308.
- Moore, William L.**, 1980: Levels of Aggregation in Conjoint Analysis: An Empirical Comparison. In: *Journal of Marketing Research*, 17, S. 516-523.
- Myers, James H. / Alpert, Mark I.**, 1968: Determinant Bying Attributes: Meaning and Measurement. In: *Journal of Marketing*, 32, S. 13-20.
- Nisbett, Richard E. / Wilson, Timothy D.**, 1977: Telling More Than We Know: Verbal Reports on Mental Processes. In: *Psychological Review*, 84, S. 231-259.
- Page, Albert L. / Rosenbaum, Harold F.**, 1987: Redesigning Product Lines with Conjoint-Analysis: how Sunbeam does it. In: *Journal of Product Innovation Management*, 4, S. 120-137.
- Perry, Jesko**, 1996: Erhebungsdesign-Effekte bei der Conjoint-Analyse. In: *Marketing ZFP*, 18, S. 105-116.
- Pessemier, E.A. / Burger, P. / Teach, R. / Tigert, D.**, 1971: Using Laboratory Brand Preference Scales to predict Consumer Brand Purchases. In: *Management Sciences*, 17, S. 371-385.
- Reibstein, David**, 1978: The Prediction of Individual Probabilities of Brand Choice. In: *Journal of Consumer Research*, 5, S. 163-168.
- Reibstein, David / Bateson, John E. / Boulding, William**, 1988: Conjoint Analysis Reliability: Empirical Findings. In: *Marketing Science*, 7, S. 271-286.
- Russell, P.A. / Gray, C.D.**, 1994: Ranking or rating? Some data and their implications for the measurement of evaluative response. In: *British Journal of Psychology*, 85, S. 79-92.
- Sawtooth Software, 1996: ACA System. Adaptive Conjoint Analysis Version 4.0. Sequim: Sawtooth Software, Inc.
- Sawtooth Software, 1999a: CBC System for Choice-Based Conjoint Analysis. Sequim: Sawtooth Software, Inc.
- Sawtooth Software, 1999b: CBC Latent Class Segmentation Module. Sequim: Sawtooth Software, Inc.
- Sawtooth Software, 1999c: CBC/HB Module for Hierarchical Bayes Estimation. Sequim: Sawtooth Software, Inc.
- Scharf, Andreas / Schubert, Bernd**, 1996: Ermittlung und Vergleich hedonischer Produkterwartungen und Produkterlebnisse bei Nahrungs- und Genußmitteln. In: **Knoblich, Hans / Scharf, Andreas / Schubert, Bernd** (Hrsg.): *Geschmacksforschung. Marketing und Sensorik für Nahrungs- und Genußmittel*. München/Wien: R. Oldenbourg, S. 245-275
- Schubert, Bernd**, 1991: Entwicklung von Konzepten für Produktionsinnovationen mittels Conjointanalyse. Stuttgart: Poeschel.
- Schweickl, Herbert**, 1985: Computergestützt Präferenzanalyse mit individuell wichtigen Produktmerkmalen. Berlin: Duncker & Humblot.
- Scott, Jerome E. / Wright, Peter**, 1976: Modeling an Organizational Buyer's Product Evaluation Strategy: Validity and Procedural Considerations. In: *Journal of Marketing Research*, 13, S. 211-224.

- Shamir, Michal / Shamir, Jacob**, 1995: Competing Values in Public Opinion: A Conjoint Analysis. In: Political Behaviour, 17, S. 107-133.
- Slovic, Paul / Fleisser, Dan / Bauman, W. Scott**, 1972: Analyzing the Use of Information in Investment Decision Making: A Methodological Proposal. In: Journal of Business, 45, S. 283-301.
- Srinivasan, V. / Shocker, Allan D.**, 1973: Estimating the Weight for Multiple Attributes in a Composite Criterion Using Pairwise Judgments. In: Psychometrica, 38, S. 473-493.
- Stadie, Ekkehard**, 1998: Medial gestützte Limit Conjoint-Analyse als Innovationstest für technologische Basisinnovationen. Eine explorative Analyse. Münster: LIT-Verlag (Telekommunikation und Multimedia, Bd. 5).
- Stahl, Brent**, 1988: Conjoint Analysis by Telephone. In: Sawtooth Software Inc. (Hrsg.): Sawtooth Software Conference Proceedings. Ketchum, ID: Sawtooth Software Inc., S. 131-138.
- Stallmeier, Christian**, 1993: Die Bedeutung der Datenerhebungsmethode und des Untersuchungsdesigns für die Ergebnisstabilität der Conjoint-Analyse. Regensburg: S. Roderer Verlag.
- Steenkamp, Jan-Benedict / Wittink, Dick R.**, 1994: The Metric Quality of Full-Profile Judgments and the Number-of-Attribute-Levels-Effect in Conjoint Analysis. In: International Journal of Research in Marketing, 11, S. 275-286.
- Teichert, Thorsten**, 1999: Conjoint-Analyse. In: Herrmann, Andreas / Homburg, Christian (Hrsg.): Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. Wiesbaden: Gabler, S. 472-511.
- Tharp, Michael / Marks, Lawrence**, 1990: An Examination of the Effects of Attribute Order and Product Order Biases in Conjoint-Analysis. In: Advances in Consumer Research, 17, S. 563-570.
- Theuerkauf, Ingo**, 1989: Kundennutzenmessung mit Conjoint. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaftslehre, 59, S.1179-1192.
- Tscheulin, Dieter K.**, 1991: Ein empirischer Vergleich der Eignung von Conjoint-Analyse und "Analytic Hierachy Process" (AHP) zur Neuproduktplanung. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaftslehre, 61, S. 1267-1280.
- Tscheulin, Dieter K.**, 1992: Optimale Produktgestaltung. Erfolgsprognose mit Analytic Hierachy Process und Conjoint-Analyse. Wiesbaden: Gabler.
- Vriens, Marco**, 1995: Conjoint Analysis in Marketing. Developments in Stimulus Representation and Segmentation Methods. Capelle a/d Ijssel: Labyrinth Publication.
- Wedel, Michel / Kistemaker, Cor**, 1989: Consumer Benefit Segmentation Using Clusterwise Linear Regression. In: International Journal of Research in Marketing, 6, S. 241-258.
- Weisenfeld, Ursula**, 1989: Die Einflüsse von Verfahrensvariationen und der Art des Kaufentscheidungsprozesses auf die Reliabilität der Ergebnisse bei der Conjoint-Analyse. Berlin: Duncker & Humblot.
- Wittink, Dick R. / Cattin, Phillippe**, 1981: Alternative Estimation Methods for Conjoint Analysis: A Monte Carlo Study. In: Journal of Marketing Research, 18 (February), S. 101-106.
- Wittink, Dick R. / Cattin, Phillippe**, 1989: Commercial Use of Conjoint Analysis: An Update. In: Journal of Marketing, 53 (July 1989), S.91-96.
- Wittink, Dick R. / Krishnamurthi, Lakshman / Nutter, Julia B.**, 1982: Comparing Derived Importance Weights Across Attributes. In: Journal of Consumer Research, 8 (March 1982), S. 471-474.
- Wittink, Dick R. / Krishnamurthi, Lakshman / Reibstein, David J.**, 1990: The Effect of Differences in The Number of Attribute Levels on Conjoint Results. In: Marketing Letters 1 (no. 2), S. 113-123.
- Wittink, Dick R. / Vriens, Marco / Burhenne, Wim**, 1994: Commercial Use of Conjoint Analysis in Europe: Results and Critical Reflections. In: International Journal of Research in Marketing, 11, S. 41-52.
- Wübker, Georg**, 1998: Preisbündelung: Formen, Theorie, Messung und Umsetzung. Wiesbaden: Gabler (Neue betriebswirtschaftliche Forschung); Bd. 238).

## **Subjektive Wahrscheinlichkeiten und Antwortmuster: Der Einfluss von Personenbezug und Skalierungsart**

**von Karl-Heinz Reuband<sup>1</sup>**

### ***Zusammenfassung***

*Untersucht wird, welche Folgen für das Antwortmuster erwachsen, wenn man (1) die wahrgenommenen Entdeckungswahrscheinlichkeiten im Fall der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel ohne Bezahlung („Schwarzfahren“) auf den Befragten selbst bezieht oder die Allgemeinheit (2) die Wahrscheinlichkeiten mittels verbaler Benennungen oder numerischer Schätzung ermittelt. Grundlage ist eine lokale Bevölkerungsbefragung (18 Jahre und älter) auf der Basis von face-to-face Interviews (N=559). Während das Merkmal „Bezug auf die eigene Person oder die Allgemeinheit“ keinen Effekt auf die Antwortverteilung ausübt und die numerischen Schätzungen mittels Prozentzahlen oder absoluten Zahlen pro 100 Fahrten lediglich einen minimalen Effekt erbringen, ergeben sich beim Vergleich der verbalen und numerischen Kategorisierungen erhebliche Unterschiede. Die verbalen und numerischen Schätzungen fallen auseinander. So beläuft sich der numerische Wert bei den verbalen Kategorien „50 zu 50“ und „eher wahrscheinlich“ auf 35%. Lediglich die verbalen Endpunkte werden numerisch hinlänglich angemessen bestimmt. Inwieweit dieses Paradox aus der Tatsache erwächst, dass die numerische Schätzung nach der verbalen Schätzung erfolgte und dadurch möglicherweise eine Neukalkulation und Korrektur der wahrgenommenen Risiken ausgelöst wurde, bedarf weiterer Forschung.*

### ***Abstract***

*The article focuses on the effects on responses when (1) the perceived risk of apprehension in case of riding public transport without paying is referred to the respondent himself or is framed generally (2) the perceived risk is assessed by verbal labels or numerically. Empirical basis is a local face-to-face-survey of the general population (18 years and older, N=559). Whereas personal framing of the question has no effect and the numerical esti-*

---

<sup>1</sup> Dr. **Karl-Heinz Reuband** ist Professor am Sozialwissenschaftlichen Institut der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. e-mail: reuband@phil-fak.uni-duesseldorf.de

*mate in percent or number of rides being detected per 100 rides a minor effect, the comparison of verbal and numerical estimates results in strong contrasts. Thus the numerical equivalence to the verbal categories "50 to 50" and "unlikely" is 35%. Only the endpoints of the verbal scale make numerically sense. In how far the fact the numerical estimate followed the verbal estimate – and thereby caused a re-calculation of risks – is accountable for the paradox deserves further study.*

## 1 Einleitung

Es zählt zu den Selbstverständlichkeiten sozialwissenschaftlichen Denkens, dass das Handeln der Menschen an den wahrgenommenen Wahrscheinlichkeiten von Ereignissen mitausgerichtet ist. Nicht nur in den allgemeinen Handlungstheorien, insbesondere in der Rational-Choice-Version, findet man diesen Gedankengang, sondern auch in bereichsspezifischen Ansätzen. So zum Beispiel in der Kriminologie, wo die wahrgenommenen Entdeckungs- und Sanktionswahrscheinlichkeiten als potentielle Determinanten konformen bzw. devianten Verhaltens gelten.<sup>2</sup>

Einer weitverbreiteten empirischen Praxis gemäß werden die wahrgenommenen Wahrscheinlichkeiten mittels verbal benannter Skalen gemessen. Im ALLBUS des Jahres 2000 z.B., der in dieser Hinsicht an einen früheren ALLBUS aus dem Jahr 1990 anknüpft, lauten die Antwortkategorien für das Risiko einer Entdeckung devianten Verhaltens: „sehr unwahrscheinlich, eher unwahrscheinlich, ca. 50 zu 50, eher wahrscheinlich, sehr wahrscheinlich“ (ZA 2000: 60ff.). Mit dieser Art der verbalen Benennung wird eine Operationalisierung eingesetzt, die in der Sozialforschung auch bei anderen Themen üblich ist, wo immer es um subjektive Wahrscheinlichkeiten geht. So werden in ähnlicher Weise, nur mit einer etwas anderen Skalenbenennung, gewöhnlich auch die kognitiven Viktimisierungsrisiken

---

2 Insgesamt wird in der Kriminologie diesen Ansätzen allerdings ein eher geringer Stellenwert eingeräumt, weswegen Fragen zur Wahrnehmung der Entdeckungs- und Sanktionsrisiken in der Forschung nicht allzu oft gestellt werden. Ein Grund für die geringe Beachtung ist, dass unter den ätiologischen Ansätzen lange Zeit jene dominierten, welche Werte und Normen als zentrale Determinanten des Handelns ansahen (und später der Labeling Ansatz in den Vordergrund rückte, welcher die Risiken der Intervention in anderer Weise thematisierte und Fragen der Ätiologie ausklammerte). Ein weiterer Grund für die Vernachlässigung des Themas ist, dass sich in empirischen Untersuchungen tatsächlich wiederholt zeigte, dass die Normenorientierungen für das Handeln weitaus gewichtiger sind als die Wahrnehmung von Entdeckungs- und Sanktionswahrscheinlichkeiten bzw. der Effekt der Entdeckungs- und Sanktionswahrscheinlichkeiten nach Kontrolle der normativen Orientierungen verschwindet (vgl. u.a. *Erikson et al.* 1977, *Grasmick* und *Bryjak* 1980, *Demers* und *Lundmann* 1987). Reine rational-choice theoretische Erklärungen von Verhalten nicht nur im Bereich der Devianz, sondern im Bereich des Handelns allgemein werden durch diese Befunde in Frage gestellt. Gleichwohl wäre es verfrüht, auf die Messung dieser Variablen zu verzichten und auf theoretische Weiterentwicklungen zu verzichten. So wären bestimmte Bedingungen denkbar, unter denen die Wahrnehmung von Entdeckungswahrscheinlichkeiten auf das Handeln Einfluss nehmen - z.B. wenn normative Orientierungen ein deviantes Verhalten begünstigen und situationspezifischen Bedingungen ein erhöhter Stellenwert für das Handeln zukommt.

in Studien zur Kriminalitätsfurcht ermittelt (vgl. u.a. *Kury et al.* 1992, *Noll und Schröder* 1995).<sup>3</sup>

Bei der Interpretation der Befunde auf der Basis von Wahrscheinlichkeits-Skalen werden die Kategorien „sehr wahrscheinlich“ und „wahrscheinlich“ in der Regel mit einer Wahrscheinlichkeit von über 50% gleichgesetzt. Wenn z.B. mehr als 50% der Befragten angeben, sie hielten es für „sehr wahrscheinlich“ oder „ziemlich wahrscheinlich“, innerhalb der nächsten 12 Monate Opfer eines kriminellen Deliktes zu werden, wird unterstellt, eine Mehrheit glaube an eine eigene Viktimisierung innerhalb dieses Zeitraums.

Ob dies gerechtfertigt ist, ist keineswegs geklärt.<sup>4</sup> Die Kategorie von „wahrscheinlich“ mit einem Wert von über 50% anzusetzen, mag zwar aus Sicht des Forschers logisch erscheinen. Doch ob dies auch für den Befragten zutrifft, ist nicht sicher. Letztlich ist auch nicht einmal sicher, ob bei Vorgabe eines Referenzpunktes für die Skalenmitte von „50 zu 50“ die Verhältnisse eindeutiger werden. Nach wie vor bleibt die Frage, was auf Seiten der Befragten mit den unterschiedlichen Begrifflichkeiten gemeint ist: bedeutet „sehr wahrscheinlich“ nahezu 100% oder lediglich etwas mehr als 50%? Und was bedeutet „eher unwahrscheinlich“: knapp unter 50% oder weit darunter?

## 2 Zielsetzung und methodisches Vorgehen

Im folgenden wollen wir die Frage der subjektiven Wahrscheinlichkeiten am Beispiel des Schwarzfahrens untersuchen. Dabei greifen wir – mit geringfügigen Modifikationen<sup>5</sup> – auf die entsprechende Frage (einschl. der Antwortkategorien) des ALLBUS 2000 zurück. Im Unterschied zum ALLBUS begnügen wir uns jedoch nicht mit der verbalen Benennung der Wahrscheinlichkeiten, sondern beziehen eine weitere Frage, die als unmittelbare Folgefrage angelegt war, in die Betrachtung mit ein: sie erfaßt die subjektiven Wahrscheinlichkeiten in numerischer Weise. Eine numerische Berechnung kann im Fall von Ereignissen, die

---

3 Dabei wird gefragt, wie wahrscheinlich es sei, innerhalb der nächsten 12 Monate Opfer spezifischer Delikte zu werden und die Kategorien „sehr wahrscheinlich, wahrscheinlich, weniger wahrscheinlich, unwahrscheinlich“ vorgelegt. Ein mittlerer Wert (wie „50 zu 50“, oder „halbe-halbe“) findet sich hier nicht. Während man bei Skalen mit Vorgabe eines mittleren Wertes wie „50 zu 50“ oder „Halbe-Halbe“ noch von einem eindeutigen Referenzpunkt ausgehen kann, ist dies bei Skalen, bei denen diese Benennung fehlt, weniger gewiss.

4 Wir haben an anderer Stelle vermutet, dass viele Befragte die Begrifflichkeit des „Wahrscheinlichen“ im Zusammenhang mit Viktimisierungsrisiken mit der Begrifflichkeit des „Möglichen“ gleichzusetzen, man ihre Aussage also vermutlich nicht allzu wörtlich nehmen sollte (*Reuband* 2002: 126).

5 Im ALLBUS lautet die Frage „Stellen Sie sich vor, Sie würden ein öffentliches Verkehrsmittel benutzen, ohne einen gültigen Fahrausweis zu besitzen. Wie wahrscheinlich ist es, dass ein Kontrolleur Sie dabei entdecken würde“ (ZA 2000: 60). Die Modifikationen in unserer Frageversion beinhalten zum einen eine Spezifikation des Begriffs „öffentliche Verkehrsmittel“ („wie Straßenbahn oder Bus“) und eine lokale Akzentuierung des Geschehens („hier in Düsseldorf“).

an Handlungen anknüpfen<sup>6</sup>, relativ leicht geschehen: indem man die Zahl der Handlungen mit der Zahl der erwarteten Ereignisse verknüpft. Im vorliegenden Fall bietet sich an, eine überschaubare Zahl von 100 Handlungen als Basis zu nehmen und darüber die subjektive Wahrscheinlichkeit der Auffälligkeit zu bestimmen.

Empirische Grundlage ist eine face-to-face Befragung auf der Basis einer Quotenstichprobe, die in Düsseldorf und Umgebung im Frühjahr 2002 durchgeführt wurde.<sup>7</sup> Interviewer waren Studenten der Sozialwissenschaften. Befragt werden konnten sowohl Fremde als auch Freunde und Bekannte. Die Quotenmerkmale wurden in einfacher – und nicht in kombinierter – Form vorgegeben mit den Merkmalen Geschlecht, Alter (18-29, 30-44, 45-59, 60+) und Bildung (der Anteil der Befragten mit Fachhochschulreife/Abitur sollte möglichst nicht mehr als ein Fünftel betragen).<sup>8</sup> Die Zahl der Befragten liegt bei 559.

Mehrere experimentelle Variationen des Fragebogens, die nach einem Zufallsverfahren auf die Befragten aufgeteilt waren<sup>9</sup>, kamen zur Anwendung. Die erste experimentelle Variation bestand darin, dass man den Inhalt der Frage einmal auf die eigene Person und einmal auf die Allgemeinheit bezog. Die zweite experimentelle Variation lag darin, dass sowohl bei den Frageversionen mit Eigen- als auch Allgemeinheits-Bezug in einer Folgefrage die numerische Wahrscheinlichkeit erfragt wurde: das eine Mal in Prozent, das andere Mal in absoluten Zahlen. Wir entschieden uns dafür, nicht nur die Prozentzahlen, sondern auch die absoluten Zahlen – bezogen auf 100 Fälle von „Schwarzfahren“ – zu ermitteln, da nicht

- 
- 6 Im zuvor zitierten Fall kognitiver Viktimisierungserwartung – Wahrscheinlichkeit, innerhalb der nächsten 12 Monate Opfer zu werden – ist der Handlungsrahmen durch den Faktor Zeit vorgegeben. Eine numerische Schätzung, ähnlich wie im Fall delinquenter Handlungen, ist hier schwieriger umsetzbar.
  - 7 Die Untersuchung, die im Rahmen der seit längerem kontinuierlich betriebenen Methodenforschung am Institut durchgeführt wurde, war weitgehend als Vorstudie zu einer größeren Erhebung des Verfassers konzipiert, bei der es um die Auswirkungen unterschiedlicher Formen lokaler Drogenpolitik geht. Das Projekt wird von der VW Stiftung im Rahmen des Schwerpunktes „Recht und Verhalten“ finanziert (AZ II/76571).
  - 8 Die Formulierung in der schriftlichen Intervieweranweisung war relativ „weich“ gehalten: „Bitte befragen Sie Personen aus unterschiedlichen Berufskreisen und mit unterschiedlicher Bildung und vermeiden Sie es, bevorzugt Personen mit höherer Bildung zu befragen. Die Zahl der Personen mit Fachhochschul- oder Hochschulreife als höchsten allgemeinbildenden Abschluß liegt in Düsseldorf bei rund einem Fünftel der Bevölkerung“. Die Tatsache, dass in der Studie bestimmte Subgruppen (wie die höher Gebildeten) im Vergleich zur Gesamtbevölkerung leicht überrepräsentiert sind, ist dabei nicht als Nachteil anzusehen: Die Zahl der Fälle in dieser Kategorie steigt dadurch an (was für bestimmte Analysen sinnvoll ist). Die Zusammensetzung der Befragten sieht wie folgt aus: 60% wohnhaft in Düsseldorf (Rest außerhalb, meist Umgebung), 53% Frauen; Alter: 19% 18-29 Jahre alt, 28% 30-44 Jahre, 23% 45-59 Jahre, 30% 60 Jahre und älter; Bildung: 31% Haupt- oder Volksschule, 25% mittlere Reife, 9% Fachhochschulreife, 28% Abitur, 7% Sonstiges. Zur Qualität dieser Art von Studien im Vergleich zu Randomstichproben siehe **Reuband** (1998).
  - 9 Die vier Fragefassungen wurden bei der Verteilung auf vier gleichmäßig besetzte Stapel aufgeteilt. Die Interviewer hatten die fünf erforderlichen Fragebögen jeweils von nur einem dieser Stapel zu nehmen. Mit wenigen Ausnahmen wurden von den Interviewern daher lediglich eine der vier Versionen eingesetzt. Die Einschränkung auf eine Version pro Interviewer sollte Verwirrungen und Fragebogeneffekte aufgrund der Splitversionen des Fragebogens verhindern helfen. In einigen Fällen wurden auch noch nach Verteilung der Fragebögen an jene Studenten Fragebögen ausgegeben, die am Tag der Verteilung nicht anwesend waren. Da hierbei Fragebogenversion D zusätzlich verteilt wurde, liegt die Zahl dieser Variante etwas höher als im Fall der übrigen Split-Versionen. Das Prinzip der Randomisierung bleibt davon unberührt. Statistisch bedeutsame Unterschiede in der Zusammensetzung der Befragten auf die vier Splitversionen lassen sich nicht feststellen.



sichergestellt ist, dass alle Befragten in Prozentsätzen denken und zu adäquaten Antworten in der Lage sind.<sup>10</sup>

### 3 Verbale Kategorisierungen und numerische Schätzungen der Wahrscheinlichkeit

Wie man Tabelle 1 entnehmen kann, nimmt die Mehrheit der Befragten beim Schwarzfahren eine geringe Kontrolldichte wahr. Lediglich 13-17% meinen, dies sei „sehr“ oder „eher“ wahrscheinlich. Ob der Bezug der Frage auf die eigene Person gerichtet oder ganz allgemein formuliert ist, macht praktisch keinen Unterschied. Bezieht man zu Zwecken des Vergleichs das Delikt des Cannabisgebrauchs heran, so wird deutlich, dass bei diesem Delikt die allgemeine Entdeckungswahrscheinlichkeit noch geringer angesetzt wird.

In dieser Hinsicht dürften die Befragten durchaus realistischen Wahrnehmungen unterliegen (vor allem, wenn man bedenkt, dass der Konsum eher in privaten Räumen stattfindet als in der Öffentlichkeit und damit den Kontrollinstanzen nicht unmittelbar zugänglich ist). Doch so sehr auch zwischen den verschiedenen Delikten die Entdeckungschance differenziert beurteilt wird, so ist doch andererseits auffällig, dass bei manchen Befragten die Tendenz besteht, eine Art generalisierte Entdeckungswahrscheinlichkeit von Devianz zu unterstellen.

So korreliert das wahrgenommene allgemeine Risiko einer Erfassung beim Schwarzfahren mit dem allgemeinen Risiko einer Erfassung bei Cannabiskonsum (trotz unterschiedlich gearteter Kontrollinstanzen) mit  $r = .46$ . Je niedriger die Bildung, desto höher diese Korrelation: bei Befragten mit Hauptschulabschluss beläuft sie sich auf  $r = .52$ , bei denen mit mittlerer Reife/Fachhochschulreife auf  $.33$  und denen mit Abitur auf  $.19$ . Ob die Existenz diese Generalisierungsneigung das Einwirken kognitiver Gleichgewichtstendenzen beinhaltet (vgl. dazu u.a. **Brown** 1965: 549ff.) und bedeutet, dass die Reduktion der wahrgenommenen Entdeckungsrisiken im Fall eines Deliktes auch zur Reduktion des wahrgenommenen Entdeckungsrisikos bei anderen Delikten führt (und vice versa), muss an dieser Stelle ungeklärt bleiben.

So wenig es bei Verwendung der verbalen Skalierung beim Delikt Schwarzfahren einen Unterschied macht, ob man den Bezug zur eigenen Person oder der Allgemeinheit herstellt (beim Delikt Cannabisgebrauch wurde der persönliche Bezug nicht erfragt), so wenig macht es in dieser Hinsicht einen Unterschied, wenn man die numerische Skalierung verwendet (hier in Prozent und in absoluten Zahlen pro 100 Fahrten zusammengefasst<sup>11</sup>).

---

10 Zu den Antwortmustern, die bei unterschiedlichen Arten numerischer Schätzungen entstehen können, siehe **Lamp** (2001).

11 Gemessen an der Zahl fehlender Antworten kann man von einem in etwa gleichartigen Umgang mit den beiden Frage-Varianten ausgehen: wo die absolute Zahl der Fahrten pro 100 Fahrten ermittelt wurde, beträgt der Anteil fehlender Antworten 5%. Und wo nach Prozentsätzen gefragt wurde, beträgt er 2%.

**Tabelle 1:** Subjektive Wahrscheinlichkeit des Entdecktwerdens nach Delikt und Personenbezug (in %)

	Schwarzfahren		Cannabis- gebrauch
	Selbst	Allg.	Allg.
Sehr unwahrscheinlich	18	15	27
Eher unwahrscheinlich	31	37	41
Ungefähr 50 zu 50	35	35	22
Eher wahrscheinlich	10	10	7
Sehr wahrscheinlich	7	3	3
	100	100	100
(N=)	(249)	(297)	(559)

**Frageformulierungen:**

*Schwarzfahren Selbst* „Stellen Sie sich vor, Sie würden hier in Düsseldorf ein öffentliches Verkehrsmittel – wie Straßenbahn oder Bus – benutzen, ohne einen gültigen Fahrausweis zu besitzen. Wie wahrscheinlich ist es Ihrer Ansicht nach, dass ein Kontrolleur Sie entdecken würde?“

*Schwarzfahren Allg. (Allgemeinheit)*: „Wie ist es Ihrer Ansicht nach hier in Düsseldorf, wenn jemand ein öffentliches Verkehrsmittel – wie Straßenbahn oder Bus – benutzt, ohne einen gültigen Fahrausweis zu besitzen. Wie wahrscheinlich ist es, dass ein Kontrolleur ihn entdecken würde?“

*Cannabisgebrauch Allg.*: „Und wie ist es, wenn jemand Haschisch oder Marihuana zu sich nimmt. Wie wahrscheinlich ist es hier in Düsseldorf, dass die Polizei ihn entdecken würde?“

Antwortkategorien wie oben aufgeführt. In den Fällen, wo das Interview nicht in Düsseldorf stattfand, wurden die Fragen auf den Ort des Interviews bezogen.

In arithmetischen Mittelwerten ausgedrückt erreicht die auf die eigene Person bezogene Wahrscheinlichkeit einen Wert von 26%, die auf die Allgemeinheit bezogene eine von 24%.

Etwas anders sieht es aus, wenn man die Art der numerischen Erfassung auf das Antwortmuster hin untersucht. Wir haben die numerischen Wahrscheinlichkeiten, wie bereits erwähnt, in zweierlei Weise erhoben: zum einen in Form von Prozentzahlen, zum anderen in Form der absoluten Zahl entdeckter Schwarzfahrten pro 100 Schwarzfahrten. Vergleicht man die entsprechenden Angaben, zeigt sich, dass es einen – wenn auch schwachen –

Effekt hat, ob man die numerischen Wahrscheinlichkeiten in Prozentwerten erfragt oder in absoluten Zahlen pro 100 Fahrten. In absoluten Zahlen gerechnet liegt die vom Befragten wahrgenommene Kontrollchance etwas niedriger. Das arithmetische Mittel bei der Prozentzahlenkalkulation liegt bei 27%, auf der Basis der absoluten Zahlen bei 22%. Die Korrelation von .12 ist auf dem 1% Niveau statistisch signifikant.

Kombiniert man die beiden Splitvarianten miteinander – Art des Personenbezugs und Art der numerischen Berechnung – (Tabelle 2), erkennt man, dass der Effekt der numerischen Messung unabhängig von der Art des Personenbezugs ist. Was bedeutet: Kalkulationen in absoluten Zahlen pro 100 Fahrten scheinen kognitiv eine etwas andere Berechnungsbasis darzustellen als Kalkulationen in Prozentzahlen. Gleichwohl: So sehr auch gewisse Unterschiede je nach Art des thematisierten Bezugs bestehen, so sehr erscheint es andererseits angesichts der geringen Effekte akzeptabel, die entsprechenden Werte – je nach Fragestellung – zusammenzufassen. Dies hat den Vorteil, die Zahl der Befragten für bestimmte Analysen zu erhöhen.

**Tabelle 2:** Subjektive numerische Wahrscheinlichkeit des Entdecktwerdens beim Delikt Schwarzfahren in % nach Fragebogenversion (arithmetisches Mittel)

	Personenbezug	
	Selbst	Allgemeinheit
Abs. Zahl pro 100 Fahrten	24,2 <sub>(118)</sub>	19,4 <sub>(137)</sub>
% Berechnung	27,6 <sub>(127)</sub>	27,1 <sub>(158)</sub>

**Frageformulierungen:**

*Abs. Zahl pro 100 Fahrten:* „Nehmen wir einmal an, Sie (jemand) würde 100 Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln unternehmen, ohne zu bezahlen. Bei wie viel Fahrten meinen Sie, würde ein Kontrolleur Sie (ihn) entdecken?“

*% Berechnung:* „Nehmen wir einmal an, Sie (jemand) würde 100 Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln unternehmen, ohne zu bezahlen. In wie viel Prozent dieser Fahrten meinen Sie würde ein Kontrolleur Sie (ihn) entdecken?“

Wie steht nun die subjektive Wahrscheinlichkeit, ausgedrückt in verbalen Kategorien der Wahrscheinlichkeit, mit der numerischen Wahrscheinlichkeit in Beziehung? Man würde erwarten – und in dieser Weise wird dies gewöhnlich auch interpretiert –, dass der Begriff „sehr wahrscheinlich“ und „wahrscheinlich“ einen Wert von über 50% beinhaltet und der Begriff „50 zu 50“ einen mittleren Wert von 50%. Die Realität auf Seiten der Befragten jedoch sieht anders aus (Tabelle 3): wer die Wahrscheinlichkeit mit "sehr wahrscheinlich" angibt, meint zwar auch, es käme in der Mehrheit (65%) der Fahrten zu einer Kontrolle. Aber wer „eher wahrscheinlich“ sagt, meint dies nur noch in 35% der Fahrten – ebenso

wie jene, die „50 zu 50“ als vermutete Wahrscheinlichkeit bekunden. Unter denen schließlich, welche die Wahrscheinlichkeit gering einschätzten, liegen die entsprechenden Werte bei 10 bzw. 13%. Letztere sind zwar konform mit den Erwartungen, was die Richtung der Schätzungen angeht. Hinsichtlich der Größenordnung, vor allem in der Geringfügigkeit der Unterschiede zwischen den Kategorien „eher unwahrscheinlich“ und „sehr unwahrscheinlich“, sind die Zahlen dennoch weniger konsistent angeordnet als erwartet. Man hätte mit einem größeren Abstand rechnen können.

**Tabelle 3:** Durchschnittliche numerische Wahrscheinlichkeit in % nach verbaler Wahrscheinlichkeit des Entdecktwerdens beim Delikt Schwarzfahren (arithmetisches Mittel)

	M	N
Sehr unwahrscheinlich	9,8	(90)
Eher unwahrscheinlich	12,8	(185)
Ca. 50 zu 50	34,8	(189)
Eher wahrscheinlich	35,2	(52)
Sehr wahrscheinlich	64,8	(27)

M= arithmetisches Mittel, N= Berechnungsbasis in Klammern

Aus Gründen der Fallzahl sind die Angaben zur Einschätzung des eigenen und des allgemeinen Risikos ebenso zusammengefasst wie die numerischen Schätzungen in Prozent und in absoluten Zahlen pro 100 Schwarzfahrten.

Bemerkenswerterweise lässt sich das beschriebene Muster paradoxer Beantwortung bei Personen mit niedriger ebenso wie mit höherer Bildung nachweisen. Was bedeutet: die Diskrepanzen können nicht als bloßes Mißverständnis erklärt werden, das – wie andere Frageeffekte auch (vgl. u. a. *Narayan* und *Krosnick* 1996) – überproportional die schlechter Gebildeten trifft. Auch läßt sich, wenn man ein Diskrepanzmaß auf der Basis der erwarteten Wahrscheinlichkeiten gemäß der verbalen Skala und der numerischen Wahrscheinlichkeiten bildet, die jeweilige Differenz weder durch soziale Merkmale (Geschlecht, Bildung und Alter) noch durch Kompetenzmaße des Befragten (allgemeines Frageverständnis gemäß Einschätzung des Interviewers) oder durch die Interviewbedingungen (Anwesenheit

Dritter, Fremde als Interviewte) erklären.<sup>12</sup> Es handelt sich um ein Phänomen, welches von der kognitiven Kompetenz des Befragten und der Situation des Interviews unabhängig ist.

Offensichtlich sind verbale Skalenbenennungen in der Frage der Wahrscheinlichkeit nicht mit numerischen Benennungen gleichzusetzen. Warum aber ist dies der Fall? Die eine Möglichkeit liegt darin, dass die Befragten mit den Begriffen „sehr wahrscheinlich“, „wahrscheinlich“, etc. assoziativ etwas anderes verbinden als der Forscher. Die Begrifflichkeiten gehen für sie nicht mit den numerischen Äquivalenten einher, die man ihnen normalerweise unterstellt. Eine zweite Möglichkeit wäre, dass die Befragten – nachdem sie die verbalen Benotungen vorgenommen haben – durch die Aufforderung, sich die Zahl der Fahrten zu vergegenwärtigen, in eine neue Art der Kalkulation übergehen, die sich an konkreteren Vorstellungen des Fahrens mit Bus oder Bahn anlehnt.

#### 4 Einflüsse der Operationalisierung auf das Erklärungsmodell

Welche der beiden Erklärungen der Realität eher gemäß ist, kann hier nicht bestimmt werden. Dazu bedarf es weiterer Fragebogen-Experimente. An dieser Stelle ist nur der Tatbestand wichtig, dass die verbalen und die numerischen Skalen überhaupt diskrepante Ergebnisse erbringen. Berechnet man die Korrelation zwischen der verbalen und der numerischen Schätzung, ergibt sich lediglich ein  $r$  von .55.<sup>13</sup> Aber hat diese relative Unabhängigkeit zwangsläufig auch für Strukturzusammenhänge Bedeutung? Um dies ansatzweise zu prüfen, haben wir Regressionsanalysen mit den sozialen Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildung der Befragten gerechnet. Wie man Tabelle 4 entnehmen kann, macht es bei der Frage mit Bezug auf die eigene Person keinen nennenswerten Unterschied, ob man die verbale oder die numerische Skala verwendet. Die Werte sind einander angenähert, auch wenn die Reihenfolge der Variablen in ihrer Gewichtigkeit etwas variiert.<sup>14</sup> Im Fall des Allgemeinheits-Bezugs fällt das Muster etwas anders aus: während bei verbaler Skalierung das Alter einen Einfluß auszuüben scheint (auch wenn die statistische Signifikanz knapp verfehlt wird), läßt sich diese bei der numerischen Skala nicht feststellen.

---

12 Bei der Analyse haben wir den verbalen Kategorien numerische Schätzwerte zugewiesen – unter der Zugrundelegung einer konstanten numerischen Differenz zwischen den verbalen Kategorien: „50 zu 50“ wäre dann 50%, „sehr wahrscheinlich“ 83%, „wahrscheinlich“ 66%, „unwahrscheinlich“ 34% und sehr „unwahrscheinlich“ 17%. Diesen Wert haben wir dann mit dem tatsächlichen, von den Befragten geschätzten numerischen Wert in Beziehung gesetzt.

13 In den vier Splitversionen belaufen sich die Korrelationen auf Werte zwischen  $r = .43$  und  $.63$ .

14 In der Tabelle ausgewiesen sind die standardisierten Regressionskoeffizienten. Zu Zwecken des Vergleichs hätte man streng genommen auch die unstandardisierten Koeffizienten betrachten müssen. Im vorliegenden Fall macht es jedoch für die Aussage über den Stellenwert unterschiedlicher Effekte keinen Unterschied, ob man die standardisierte oder unstandardisierte Fassung verwendet, weswegen aus Platzgründen auf eine Darstellung verzichtet wird.

**Tabelle 4:** Regression: Einfluss sozialer Merkmale auf subjektive Wahrscheinlichkeit des Entdecktwerdens nach Delikt und Personenbezug (beta-Koeffizienten)

	Schwarzfahren				Cannabis- gebrauch
	Selbst		Allg.		Allg.
	(1) verbal	(2) num.	(1) verbal	(2) num.	(1) verbal
Geschlecht	.17*	.16*	.05	.09	.09*
Alter	.00	-.04	.13 <sup>+</sup>	.00	.28***
Bildung	-.14 <sup>+</sup>	-.18*	-.16*	-.13 <sup>+</sup>	-.11*
r <sup>2</sup>	.05	.05	.07	.02	.14

+ p < .10 \* p < 0,5 \*\*\* p < 0,001

(1) Verbale Wahrscheinlichkeit („sehr wahrscheinlich, wahrscheinlich ...“)

(2) Numerische Wahrscheinlichkeit (% bzw. abs. Zahl pro 100 Fahrten)

Codierung der Variablen: Alter in Jahren; Geschlecht: 0= Mann, 1= Frau; Bildung: 1= Hauptschule, 2= Mittlere Reife, 3= Fachhochschulreife, 4= Abitur

Ausschluss von Werten: Listweise

Zugleich wird deutlich, dass sich das Muster des Einflusses unterscheidet je nachdem, ob man den Bezug zur eigenen Person oder der Allgemeinheit herstellt. So wirkt sich beim Bezug zur eigenen Person das Geschlecht in signifikanter Weise auf die wahrgenommene Kontrollwahrscheinlichkeit aus: Frauen meinen eher aufzufallen, während sie sich in der Einschätzung der allgemeinen Auffälligkeitschance nicht von den Männern unterscheiden. Im Fall der Bildungsvariablen ergeben sich keine Unterschiede nach Splitversionen, und ebenfalls nicht (mit einer Ausnahme) im Fall der Altersvariablen. Am konsistentesten erweist sich der Einfluß des Merkmals Bildung über die vier Splitversionen hinweg: die besser Gebildeten schätzen die Wahrscheinlichkeit einer Kontrolle niedriger ein als die schlechter Gebildeten.<sup>15</sup>

Dass Frauen für sich selbst eine größere Kontrollwahrscheinlichkeit wahrnehmen als Männer (anders als bei der Einschätzung der allgemeinen Kontrollwahrscheinlichkeit),

15 Wo die statistische Signifikanz auf dem 5% Niveau verfehlt wird, liegt die Signifikanz knapp darüber: auf dem 6% bzw. 7% Niveau (hier der üblichen Praxis gemäß als signifikant auf dem 10% Niveau ausgewiesen, realiter ab dem 5% Niveau angenähert).

ist insofern erstaunlich, als man bei Kontrollen in Bahnen und Bussen nicht von einer zielgerichteten, sondern einer flächenmäßigen Kontrolle ausgehen muss. Jeder wird der Kontrolle unterzogen, Frauen ebenso wie Männer. Dass Frauen dennoch glauben, eher entdeckt zu werden, könnte eine Art internalisierte Konformitätsneigung widerspiegeln<sup>16</sup>, die aus einer traditionellen Geschlechterrollenorientierung erwächst. Berechnet man die Analysen getrennt nach Altersgruppen (hier dichotomisiert in unter 44 Jahren vs. 45 Jahre und älter) läßt sich in der Tat zeigen, dass es die älteren Befragten sind, bei denen dieses Muster besteht. Bei den Jüngeren – die gewöhnlich weniger den traditionellen Geschlechterrollen verbunden sind – tritt der Effekt des Merkmals Geschlecht nicht auf.

Inwiefern das beschriebene Muster eines Geschlechtseffekts bei Bezug zur eigenen Person gleichermaßen für andere Delikte zutrifft ist – egal, ob es sich um flächenmäßige oder gezielte Kontrollen handelt –, kann an dieser Stelle mangels Vergleichsdaten nicht untersucht werden. Wir können lediglich prüfen, inwiefern sich ein analoges Muster ergibt, wenn man einen Allgemeinheits-Bezug im Fall des Cannabisgebrauchs thematisiert. Wie man Tabelle 4 entnehmen kann, findet sich dort – wie beim Schwarzfahren – ein schwacher Geschlechtseffekt. Er erreicht aufgrund der erhöhten Fallzahl zwar statistische Signifikanz, liegt aber noch unter der Grenze von .10, ab der man einen Wert in der Regressions- und Pfadanalyse als nennenswert einstuft (*Opp* und *Schmidt* 1976: 251). Geringfügig über diesem Kriteriumswert liegt das Merkmal Bildung. Am höchsten, und stärker als bei Schwarzfahren, erweist sich der Alterseffekt – vermutlich, weil Cannabisgebrauch, mehr noch als das Schwarzfahren, ein Phänomen darstellt, das durch Generationsunterschiede in der ideologischen Legitimierung geprägt ist.<sup>17</sup> Die Älteren, die seltener über Erfahrungen mit Cannabis verfügen als die Jüngeren, glauben häufiger als diese an die Chance des Entdecktwerdens.

## 5 Schlussbemerkungen

Das wohl wichtigste Ergebnis unserer Untersuchung ist: ob man subjektive Wahrscheinlichkeiten mit verbaler oder numerischer Skalierung – letzteres mittels offener Fragen – erfragt, hat Konsequenzen für die Antwortverteilungen. Im Vergleich zur verbalen Skalierung liegen die Schätzwerte für Entdeckungsrisiken bei Devianz niedriger. Die Korrespon-

---

16 Ein ähnlicher Effekt des Geschlechts auf die wahrgenommene Entdeckungswahrscheinlichkeit findet sich für die USA bei *Richards* und *Title* (1980). Dort werden auch verschiedene Erklärungen vorgebracht und teilweise getestet.

17 Der Cannabisgebrauch entwickelte sich in den späten 60er Jahren eingebettet in Jugendkultur mit alternativer Wertorientierung, inzwischen ist der Konsum weitgehend zu einer Variante jugendlichen Austestens von neuen Erfahrungen ohne größere ideologischen Rechtfertigung geworden. Gleichwohl dürfte nach wie vor ein höherer Grad von Legitimierung auf der Einstellungsebene bestehen als etwa beim Schwarzfahren. Zur Verbreitung von Schwarzfahren und von Cannabiserfahrung in unterschiedlichen Altersgruppen in den 80er Jahren siehe *Reuband* (1989).

denz zwischen verbaler Bezeichnung und numerischen Wert ist besonders im mittleren Bereich subjektiver Wahrscheinlichkeiten gering. Die soziodemographischen Variablen, die auf die vermuteten Wahrscheinlichkeiten Einfluß nehmen, bleiben gleichwohl in ihren Effekten ähnlich. Die Auswirkungen der Skalierungsart, so scheint es, beschränken sich auf das Niveau der Antwortverteilung<sup>18</sup>.

Der Zusammenhang bzw. das Auseinanderfallen von verbaler und numerischer Wahrscheinlichkeit stellt sich über die verschiedenen, hier in der Arbeit betrachteten Subgruppen (Geschlecht, Alter und Bildung) als ein gemeinsames Phänomen dar. Gleichwohl kann nicht ausgeschlossen werden, dass soziokulturelle Variationen in Raum und/oder Zeit einen Einfluß ausüben könnten und das Ausmaß an Korrespondenz zwischen verbaler Benennung und numerischer Schätzung beeinflussen. So wäre denkbar, dass je nach kultureller Tradition bzw. Erwartungshaltung geringe numerische Entdeckungswahrscheinlichkeiten bereits als eine hohe Wahrscheinlichkeit bezeichnet werden und vice versa. Diese Möglichkeit läßt es ratsam erscheinen, in Umfragen sowohl eine verbale als auch eine numerische Skalierung vorzugeben.

Gleichzeitig ist offenkundig, dass eine weitere methodische Klärung des beobachteten Zusammenhangs angeraten ist. Dazu gehört erstens die Frage: handelt es sich bei dem beschriebenen Phänomen um eines, das allgemein für Fragen gilt, in denen Entdeckungswahrscheinlichkeiten ermittelt werden? Bezieht es sich womöglich gar auf alle Phänomene, die mit dem Wahrscheinlichkeitsbegriff verbunden sind? Zweitens: Wie sehr übt die Tatsache auf den Zusammenhang einen Einfluß aus, dass in unserer Untersuchung die Befragten sukzessiv um Schätzungen gebeten wurden? Findet eine sukzessive Präzisierung der Schätzung statt – mit Korrektur, sofern sie als nötig erachtet wird –, und wird dabei die Erinnerung an konkrete Situationen in der Situation der Schätzung aktiviert?

Wenn die numerische Kalkulation von der nicht-numerischen Kalkulation abweicht, weil sie der nicht-numerischen folgt, müßte man dies im Rahmen methodischer Experimente klären können: indem man auf die entsprechende Vorfrage verzichtet. Und welche Vorstellungen auf Seiten der Befragten mit den Begrifflichkeiten der Wahrscheinlichkeit verbunden werden, kann man im Rahmen von kognitiven Tests – etwa der „think aloud“-Technik (vgl. z.B. *Wänke* 1996) – näher bestimmen.

---

18 Dies mag bei anderen Strukturzusammenhängen, insbesondere bei komplexen Erklärungsmodellen, sowie auch bei anderen Formen von Verhalten als abhängige Variable durchaus anders sein. Angesichts dessen kann dieser Befund nur als tentativ betrachtet werden.



## Literatur

**Brown, R.** 1965: Social psychology. New York and London: Collier-Macmillan

**Demers, D.K., Lundmann, R.J.**, 1987: Perceptual deterrence research: some additional evidence for designing studies, in: Journal of Quantitative Criminology, 3, S. 185-194.

**Erickson, M.L., Gibbs, J.P., Jensen G.F.**, 1977: The deterrence doctrine and the perceived certainty of legal punishments, in: American Sociological Review, 42, 305-317.

**Grasmick, H.G., Bryjak, G.J.**, 1980: The deterrent effect of perceived severity of punishment, in: Social Forces, 59, S. 471-491.

**Kury, H., Dörmann, U., Richter, H., Würger, M.**, 1992: Opfererfahrungen und Meinungen zur Inneren Sicherheit in Deutschland: Ein empirischer Vergleich von Viktimisierungen, Anzeigeverhalten und Sicherheitseinschätzung in Ost und West vor der Vereinigung, (BKA- Forschungsreihe, Bd. 25), Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

**Lamp, E.**, 2001: Ist einer von drei gleich jedem Dritten? Der Einfluss numerischer Äquivalente auf die Wahrnehmung und Bewertung identischer Sachverhalte, in: ZA-Information 49, S. 49-68.

**Narayan, S., Krosnick, J. A.**, 1996: Education moderates some response effects in attitude measurement, in: Public Opinion Quarterly, 60, S. 58-88

**Noll, H.-H., Schröder, H.**, 1995: Öffentliche Sicherheit und subjektives Wohlbefinden in Ost- und Westdeutschland, in: **Glatzer, W., Noll, H.-H.**, Hrsg.: Getrennt vereint, Frankfurt a.M. und New York: Campus Verlag, S. 305-328.

**Opp, K.D., Schmidt, P.**, 1976: Einführung in die Mehrvariablenanalyse: Grundlagen der Formulierung und Prüfung komplexer sozialwissenschaftlicher Aussagen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

**Reuband, K.H.**, 1982: On the use of self-reports in measuring crime among adults: methodological problems and prospects, in: **Klein, M.W.**, Hrsg., Cross-national research in self reported crime and delinquency. Dordrecht, Boston und London: Kluwer, S 89-106.

**Reuband, K.H.**, 1998: Quoten- und Randomstichproben in der Praxis der Sozialforschung: Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der sozialen Zusammensetzung und den Antwortmustern der Befragten, in: ZA-Information 43, S.48-80.

**Reuband, K.H.**, 2002: Objektive Kriminalitätsbedrohung und subjektive Reaktion: Ergebnisse vergleichender Lokalstudien in den neuen Bundesländern, in: **Otto, H.U., Oelerich, G., Micheel, H.G.**, Hrsg., Empirische Forschung: Sozialarbeit-Sozialpädagogik-Soziale Probleme. Neuwied und Kriftel: Luchterhand, S. 112-136.

**Richards, P., Tittle, C.R.**, 1980: Gender and perceived chances of arrest, in: Social Forces, 59, S. 1182-1199.

**Wänke, M.**, 1996: Kognitionspsychologische Ansätze zum Pretest von Fragebogen, in: Statistisches Bundesamt, Hrsg., Pretest und Weiterentwicklung von Fragebogen. (Schriftenreihe Spektrum Bundesstatistik Bd. 9). Stuttgart: Metzler-Poeschel, S. 46-54.

ZA (Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung), 2000: ALLBUS 2000. Codebuch zum Capi-Survey. ZA-Studien-Nr. 3451. Köln.

# Die Anfänge der empirischen Medien- und Meinungsforschung in Deutschland

von Michael Meyen<sup>1</sup>

## *Zusammenfassung*

*Am Beispiel der Medienforschung werden der Neustart und die Entwicklung der Markt- und Meinungsforschung in Deutschland in den ersten beiden Nachkriegsjahrzehnten nachgezeichnet. Während sich im Westen schnell Repräsentativumfragen durchsetzten, knüpfte der Osten an die Vorkriegstraditionen an. In der Bundesrepublik kurbelten Werbewirtschaft und Wettbewerb die kommerzielle Forschung an. Ohne den Schub durch die Westmächte und die Konkurrenz auf dem Werbemarkt dauerte es in der DDR 20 Jahre, bis die Umfrageforschung institutionalisiert und der methodische Standard des Westens erreicht wurde. Trotzdem bleiben Zweifel an der Validität der Daten. Die Meinungsforschung war in das Ideologiemonopol der SED eingebettet, es gab keine kommerzielle Konkurrenz und damit keine Kontrolle, und die DDR-Bürger misstrauten der Anonymität der Befragungen.*

## *Abstract*

*Using the example of media research, this article discusses the restart and the development of public opinion surveys in Germany after the Second World War. The West adopted the representative sample methods from the U.S., whereas the East followed the former German traditions. In the Federal Republic the advertising agencies and the competition between the media for advertisements strongly influenced the commercial research. Without the Western powers and an advertising market, it took in the GDR 20 years to establish opinion polls and to reach the methodological level of the West. Nevertheless, there are doubts about the data. The survey research was part of the monopoly of the communist party. There was no commercial competition and therefore no comparison, and people didn't trust in the anonymity of the surveys.*

---

<sup>1</sup> Dr. **Michael Meyen** ist Professor für Allgemeine und Systematische Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Ludwig-Maximilians-Universität München. Oettingenstraße 67, 80538 München.

Die Geschichte der Markt- und Meinungsforschung in Deutschland ist fast nicht erforscht. Das liegt zum einen daran, dass sich die Geschichtswissenschaft mit der Quelle Meinungsumfrage bisher kaum auseinandergesetzt hat. Die Zeiträume, für die repräsentative Daten vorliegen, sind noch nicht sehr lange im Blickfeld der Historiker. Außerdem lehnt das traditionelle Fachverständnis Zahlen und Rechnen entweder ab oder steht ihm zumindest fremd gegenüber und thematisiert die empirische Sozialforschung in der Ausbildung nicht. Zum anderen sind historischer Forschung Grenzen gesetzt, weil Meinungsforschung in der Bundesrepublik vor allem kommerziell betrieben wird. Die großen Umfrageinstitute leisten sich zwar in der Regel Hausarchive, behandeln diesen Bereich aber eher stiefmütterlich, da sich hier kein Geld verdienen lässt und die Hoffnung auf einen Image-Gewinn vage ist. Privatwirtschaftliche Unternehmen haben kein Interesse, ihre Arbeitsweise vor der Konkurrenz auszubreiten, und versuchen auch das zu beeinflussen, was über ihre Vergangenheit geschrieben wird. Zu vielen Vorgängen gibt es weder Akten noch andere schriftliche Quellen, und die Beteiligten von einst widersprechen sich oft völlig, vielleicht weil alte Wunden noch nicht verheilt sind, weil es um den Platz in der Geschichte geht oder weil der Ruf eines Instituts und damit möglicherweise sein Überleben auf dem Spiel steht.

Die folgende Darstellung stützt sich deshalb in erster Linie auf die Resultate der Umfrageforschung. In den Instituten, in öffentlichen Archiven, bei den Auftraggebern und in Privathand sind zahlreiche Umfrageberichte aus den 1950er und 1960er Jahren überliefert, und es gibt kaum Zugangsbeschränkungen. Um die Dokumente einordnen und den Diskurs über die Demoskopie nachzeichnen zu können, wurden Zeitzeugen befragt sowie Tagespublizistik, Mediendienste und Fachpresse in Ost- und Westdeutschland in einer systematischen Stichprobe ausgewertet. Da ein Zeitschriftenbeitrag nicht erlaubt, die Quellen in epischer Breite darzustellen, soll hier auf die ausführliche Dokumentation der Studien an anderer Stelle verwiesen werden (*Meyen* 2001a).

## 1 Umfragen vor 1945

Bevölkerungsumfragen waren keineswegs eine amerikanische Erfindung, wie man nach 1945 zeitweise dachte. In England wurden bereits Ende des 18. Jahrhunderts Fragebögen benutzt und in Deutschland reicht diese Tradition bis weit in das 19. Jahrhundert. Erinnerung sei nur an die Enqueten des Vereins für Sozialpolitik (*Boese* 1939; *Gorges* 1986). Dass die Medien bereits früh Untersuchungsgegenstand waren, hat mit den Besonderheiten dieses Produkts zu tun. Auflagenzahlen und später beim Hörfunk dann Gerätestatistiken gaben keinen Aufschluss darüber, ob und von wem die Angebote genutzt wurden, und erst recht nicht, ob die beabsichtigte Wirkung tatsächlich erzielt worden war. Die Anfänge der empirischen Medienforschung sind deshalb eng mit den Bildungsbestrebungen für die Unterschichten verknüpft. In Leipzig, wo die Arbeiterbewegung besonders stark war, wurden bereits um die Jahrhundertwende in den Bibliotheken der Gewerkschaften und der Bil-

dungsvereine Ausleihstatistiken geführt, Kolporteure von Parteiliteratur befragt und die Gewerkschaftsmitglieder um Auskunft über ihre Lektüre gebeten (*Haenisch* 1899/1900).

Keiner der Umfrageversuche vor 1945 war repräsentativ. Die Fragebögen wurden entweder an öffentlichen Plätzen ausgelegt, in der Presse abgedruckt oder in Schulklassen verteilt. *Hans A. Münster*,<sup>2</sup> der zu Beginn der 30er Jahre am Deutschen Institut für Zeitungskunde in Berlin 100.000 Jugendliche im ganzen Reich befragen ließ, hat selbst davor gewarnt die Studie zu überschätzen. Er sei unzufrieden und unsicher. An anderen Orten bekomme man vielleicht andere Ergebnisse. Außerdem habe man es mit Menschen zu tun und deren „geistig-seelische Einstellung“ lasse sich niemals mathematisch errechnen. Dazu kämen mögliche Fehler bei den Erhebungen (*Münster* 1932, S. 58). Hier finden sich bereits die Argumente, die nach 1945 von den Umfragegegnern wieder aufgegriffen wurden. *Arnulf Kutsch* hat darauf hingewiesen, dass die empirische Rezipientenforschung in der Endphase der Weimarer Republik auch gegen administrative Vorurteile und gegen politisch begründete Unterstellungen zu kämpfen hatte. So seien Befragungsversuche an Bespitzelungs-Vorwürfen gescheitert und der Studie der Berliner Zeitungskundler habe man „Gesinnungsschnüffelei“ nachgesagt (*Kutsch* 1996, S. 207).

In den letzten Vorkriegsjahren hat *Hans A. Münster* am Institut für Zeitungskunde in Leipzig Umfragen mit Beobachtungen verbunden. Seine Studenten wählten kleine geschlossene Einheiten (zweimal ein Dorf und einmal eine Arbeitergruppe), erfassten neben den Medien die Lebensgewohnheiten, den Alltag sowie die wirtschaftlichen Verhältnisse der Befragten und lagen damit fast auf einer Linie mit der so genannten Soziographie (*Schmidt* 1939, *Schindler* 1942<sup>3</sup>). In ihrer klassischen Studie über die Arbeitslosen von Marienthal hatte eine Gruppe um *Paul Lazarsfeld* beispielsweise nicht nur Interviews geführt, sondern die Ergebnisse mit Gesundheitsstatistiken, Tagebuch-Aufzeichnungen und Einzelfallbeschreibungen verknüpft (*Jahoda, Lazarsfeld* und *Zeisel* 1933). Mit den repräsentativen Umfragen, wie sie sich in den USA spätestens nach der richtigen Wahlprognose *George Gallups* 1936 durchsetzten (*Keller* 2001), sind die Leipziger Untersuchungen nicht zu vergleichen. Zum einen war das Problem Stichprobe ungelöst und außerdem waren die Befragungen nicht anonym.

---

2 *Hans Amandus Münster* (1901–1963). Studium (Nationalökonomie, Rechtswissenschaft, Philosophie, Soziologie). 1924 Dissertation über Joseph Görres. 1927 bis 1933 Mitarbeiter am Deutschen Institut für Zeitungskunde in Berlin. 1934 bis 1945 Leiter des Instituts für Zeitungskunde der Universität Leipzig. Am 29. April 1933 NSDAP-Mitglied.

3 Zu *Münsters* Studenten gehörte auch *Rolf Fröhner* (1917–2000), von 1954 bis 1960 Emnid-Leiter. Der Dresdner *Fröhner* kam 1941 an die Universität Leipzig, studierte Zeitungswissenschaft, Geschichte und Soziologie, begann kurz vor Kriegsende eine Mediennutzungsstudie in einem slowakischen Dorf, konnte dann aber erst 1952 bei *Walter Hagemann* promovieren. 1960 bis 1980 war Fröhner Marktforscher bei der Allianz-Versicherung. Zahlreiche Veröffentlichungen zur Meinungsforschung.

Dieser methodische Rückstand hat sicher mit dem Scheitern der Presse-Enquete zu tun, die **Max Weber** auf dem Deutschen Soziologentag 1910 vorgeschlagen hatte und in der auch „Wirkungsforschung“ geplant war (**Kutsch** 1988), sowie mit den erwähnten Widerständen gegen die empirische Rezipientenforschung in der Weimarer Zeit, vor allem aber mit der Herrschaft der Nationalsozialisten. Nach 1933 verließen ganze Forschergruppen das Land. Um nur bei der Zeitungswissenschaft zu bleiben: Empirisch orientierte Forscher wie **Kurt Baschwitz**, **Georg Böse**, **Hans von Eckardt**, **Karl Mannheim** und **Hans Traub** emigrierten oder wurden entlassen, und andere konnten begonnene Projekte nicht zu Ende führen (**Averbeck** 1999). Ein amerikanischer Beobachter schrieb 1950, dass vor allem diejenigen aus Deutschland vertrieben worden seien, die die neue Wissenschaft hätten entwickeln können. Außerdem habe in einem autoritären Staat jede Forschung, die auf persönliche Meinungen abziele, automatisch eine subversive Aura (**Riegel** 1950, S. 12). **Hans A. Münster** konnte auch deshalb eine Ausnahme sein, weil er seine Forschungen bewusst in den Dienst des totalitären Staates stellte und danach fragte, welches der „Führungsmittel“ das wirksamste sei. Ansonsten setzten die Nazis auf andere Methoden: Sicherheitsdienstler horchten sich an Stammtischen, in der Straßenbahn und in Büros um und interessierten sich dabei auch für die Bewertung von Medienangeboten und für die Wirkung der Propaganda. **Gerhard Eckert**<sup>4</sup> hat diese Form der Forschung nach dem Krieg mit einem Seismographen verglichen (Rufer und Hörer 1949, Nr. 2, S. 90). Das Problem „Zufälligkeit“ aber ließ sich auf diese Weise nicht lösen.

## 2 Wissenstransfer über den Atlantik

Der Einfluss der westlichen Besatzungsmächte und hier vor allem der USA auf die Entwicklung der empirischen Sozialforschung in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg ist nicht zu überschätzen. Alle drei westlichen Militärregierungen richteten Dienstbereiche ein, die Umfragen veranstalteten. Schwerpunkte waren die Besatzungspolitik und ihre Folgen für die Lage der Bevölkerung, die internationale Entwicklung (Kalter Krieg), die Demokratisierungspolitik und damit auch die Medien. Der erste amerikanische Umfrageversuch lief noch vor Kriegsende in Hessen. Thema: das Abhören ausländischer Rundfunkstationen während des Krieges. Um die Zufallsauswahl zu sichern (und das war das eigentlich Neue), wurden in drei Städten über Lautsprecher alle Menschen zur Befragung gebeten, deren Familienname mit dem Buchstaben „B“ begann. Die Autorität der Besatzer trieb sogar die aus dem Haus, die am Krückstock gingen (**Ralis** 1953, S. 15–30).

---

4 **Gerhard Eckert**. Jahrgang 1912. Abitur in Radebeul. Studium in Dresden und Berlin. 1936 bis 1942 Assistent am Institut für Zeitungswissenschaft in Berlin. Fernsehkritiken in der „Berliner Börsenzeitung“. Habilitation („Der Rundfunk als Führungsmittel“). 1942 bis 1945 Kriegsdienst („Soldatensender Belgrad“). Ab 1949 zahlreiche Veröffentlichungen zu Rundfunk und Fernsehen. Eigene Hörer- und Zuschauerumfragen. Einsatz für ein kommerzielles Fernsehprogramm in Deutschland. 1960/61 Chefdramaturg der „Freies Fernsehen GmbH“. Ab 1963 Schriftsteller: Reiseführer, Romane unter Pseudonym, Tier- und Kochbücher.

Bis 1949 veranstaltete die Opinion Surveys Section der amerikanischen Militärregierung 72 Umfragen (*Merritt* und *Merritt* 1970). Schon 1945 waren Deutsche als Interviewer eingestellt worden (*Schaefer* und *Miller* 1998, S. 8). Die britischen und die französischen Behörden brauchten nicht nur länger (bis Ende 1946), um etwas Vergleichbares in Gang zu bringen, sondern beendeten die Umfragetätigkeit auch eher. Nach der Besatzungszeit forschten nur die Amerikaner weiter. Die entsprechende Abteilung war zunächst dem Hohen Kommissar unterstellt und ab 1955 der US-Botschaft. Untersuchungsthemen waren nun vor allem der Ost-West-Konflikt sowie die amerikanische Öffentlichkeitsarbeit und damit weiterhin die Mediennutzung (*Kutsch* 1995, *Fischer* und *Bauske* 1984, *Merritt* und *Merritt* 1980).

Die Amerikaner haben ihren Einsatz für die Meinungsforschung in Deutschland stets auch „ideologisch“ begründet: man brauche ein Bollwerk gegen die Rückkehr des Totalitarismus. Wer seine Meinung äußern könne und andere Meinungen kenne, sei widerstandsfähiger gegen Diktaturen (*Riegel* 1950). Die Umfragen waren also selbst Teil der Demokratisierungspolitik. 1947 wurden einige junge Deutsche zur Ausbildung in die Zentrale nach Berlin geholt. Einer von ihnen, *Wolfgang Schaefer*, hat von einer „unglaublichen Lehre“ gesprochen.<sup>5</sup> *Schaefer* gehörte auch zur ersten Gruppe von deutschen Meinungsforschern, die 1950 zu einer Studienreise in die USA eingeladen wurden. Die Amerikaner schickten Experten in die deutschen Institute, förderten die Fachkommunikation (so unterstützten sie den Kongress der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung im Dezember 1951 in Weinheim<sup>6</sup>) und halfen bei der Gründung des „Deutschen Instituts für Volksumfragen“ in Frankfurt am Main (DIVO). Dieses Institut verdankte seine Existenz der Angst vor dem sogenannten „sponsorship effect“ (*Crespi* 1950). Die Amerikaner hatten 1950 getestet, ob die Leute anders antworteten, wenn kein US-Name im Kopf des Fragebogens stand, sondern ein deutscher. Zwar gab es nur bei wenigen Fragen Unterschiede, das reichte aber, um sechs deutsche Chefinterviewer in die Selbständigkeit zu entlassen. Das DIVO-Institut übernahm nicht nur bei allen US-Umfragen die Feldarbeit, sondern auch das Random-Auswahlverfahren der amerikanischen Dienststelle. Die Stichprobe wurde aus den Lebensmittelkarteien gezogen, die in den Nachkriegsjahren schon wegen des Hungers vollständig waren. 1953 half dann der US-Stichprobenexperte *W. Edwards Deming*, das Auswahlverfahren zu verfeinern. Basis war jetzt die Einwohnermeldekartei (*Schaefer* und *Miller* 1998, S. 10f.). Die DIVO-Erfolgsgeschichte endete, als Anfang der 60er Jahre Institutsanteile an eine französische Firma verkauft wurden. *Eva-Maria Hess*, damals Leiterin

---

5 Interview mit *Wolfgang Schaefer* am 3. Dezember 1998. – *Wolfgang Schaefer*, Jahrgang 1926. 1947 bis 1954 Mitarbeiter der Opinion Surveys Section im Office of Military Government. Start als Pretester, Aufstieg zum Studienleiter. 1950 Studienreise in die USA. 1954 bis 1960 Leiter der Marktforschung im Axel Springer Verlag. Freier Berater (unter anderem „Stern“, „Die Zeit“). 1964 Gründung der „Schaefer Marktforschung“ in Hamburg. Zahlreiche Aufsätze in Fachzeitschriften. Bis Ende 1998 Institutsleiter.

6 Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten 1952.

der DIVO-Medienforschung, hat von einer „unglücklichen Entwicklung“ gesprochen. Den Ruf des Instituts habe vor allem dessen Random-Stichprobe begründet. Diese sei sehr gut kontrollierbar gewesen, aber auch sehr teuer. Die Franzosen hätten dagegen mehr Wert auf „schicke Analysen“ gelegt und die Kunden damit nach und nach verprellt. Außerdem seien dem Institut große Konsum-Trenduntersuchungen verlorengegangen, und die Medienforschung allein hätte den Interviewerstab nicht mehr auslasten können.<sup>7</sup>

Wenn man will, kann man unter der Überschrift „Wissenstransfer über den Atlantik“ auch das Institut für Demoskopie in Allensbach nennen. Institutsgründerin **Elisabeth Noelle-Neumann**<sup>8</sup> war 1937/38 als Austauschstudentin in den USA, entdeckte dort die Meinungsforschung und verarbeitete das mitgebrachte Material zu einer Dissertation (*Noelle* 1940). Diese Arbeit ebnete ihr nach dem Krieg den Weg in den Beruf. Die französische Militärregierung beauftragte sie 1947, Jugendumfragen zu machen – die Geburtsstunde des Instituts (*Noelle-Neumann* 1997, S. 42f.). Eine US-Förderung wurde Allensbach aber nicht zuteil. Obwohl ein US-Gutachter das Institut 1950 für das führende in Deutschland hielt, bekam **Noelle-Neumann** keines der Reisestipendien in die USA. Fahren durfte dagegen **Karl Georg von Stackelberg**, Chef von Emnid,<sup>9</sup> bei dem der Gutachter nicht sicher war, ob das Know-how für die Rolle reichen würde, die das Institut in seiner Eigenwerbung beanspruchte. Das Emnid-Personal sei kaum trainiert und habe wenig Kontakt mit anderen Forschern und der aktuellen Literatur (*Riegel* 1950, S. 68f.). Die Ablehnung des Instituts für Demoskopie hatte mit der Vergangenheit zu tun. **Noelle-Neumann** wurde von ihren Kritikern als Nazi beschimpft. Sie habe in den USA studieren dürfen und für das Goebbels-Blatt „Das Reich“ geschrieben. Aus ihren Artikeln pickte man Stellen heraus, die antiamerikanisch und antisemitisch sein sollten. Ähnliche Angriffe gab es gegen **Noelles** Mann, den Journalisten und Instituts-Mitbegründer **Erich Peter Neumann**.<sup>10</sup> Der Autor des bereits zitierten US-Berichts von 1950 meinte, dass die Situation etwas komisch sei. Eine der

7 Interview mit **Eva-Maria Hess** am 8. März 1999 in Frankfurt am Main.

8 **Elisabeth Noelle-Neumann**, Jahrgang 1916, Studium in Berlin und München (Zeitungswissenschaft und Geschichte). 1940 Promotion bei **Emil Dovifat**. Volontariat („Deutsche Allgemeine Zeitung“), dann bis 1945 Redakteurin („Das Reich“, „Frankfurter Zeitung“, „Illustriertes Blatt“, „Tele“). 1947 Gründung des Instituts für Demoskopie Allensbach, seitdem Instituts-Chefin. 1961 bis 1964 Lehrbeauftragte am Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin. 1964 Professorin für Publizistik in Mainz. 1968 bis 1983 Direktorin des Instituts für Publizistik in Mainz.

9 Emnid war 1945 in Bielefeld gegründet worden. – **Karl Georg von Stackelberg** (1913–1980). Spross einer baltischen Adelsfamilie. Arbeit als Journalist und Schriftsteller. 1945 Gründung von Emnid. Langjähriger Berater **Ludwig Erhards**. 1959 Ehrendoktor des Indiana Technical College, Fort Wayne (USA). 1960 bis 1963 Präsident der World Association for Public Opinion Research. Nach dem Verkauf von Emnid (1966) Unternehmensberater, Gutachter für Regierungen in Afrika und Asien.

10 **Erich Peter Neumann** (1912–1973). Aufgewachsen in Breslau, schon in der Schulzeit erste Versuche als Journalist. Korrespondent und Redakteur („Berliner Tageblatt“, „Deutsche Allgemeine Zeitung“, „Das Reich“). 1941 bis 1945 Kriegsberichterstatler. 1947 Gründung des „Instituts für Demoskopie“ (gemeinsam mit seiner Frau **Elisabeth Noelle-Neumann**). Arbeiten über das Verhältnis von Demoskopie, Politik und Presse. Ab 1950 regelmäßig Berichte für die Bundesregierung: „Die Stimmung im Bundesgebiet“. Berater von Kanzler **Adenauer**. 1961 bis 1965 für die CDU im Bundestag.

führenden Forscherinnen, die zudem die Chance habe, das Feld zu beherrschen, bekomme keine amerikanische Hilfe, sondern müsse sich alles selbst erarbeiten. Für die deutsche Meinungsforschung möge das ja nicht schlecht sein, für den US-Einfluss aber scheine es nicht sehr vorteilhaft (*Riegel* 1950, S. 94–97).

### 3 Widerstände gegen die Meinungsforschung

Der Streit um die beiden *Neumanns* zeigt schon, dass der Neustart der Meinungsforschung in Deutschland keineswegs reibungslos verlief. Da wurde von einer „Modetorheit“ gesprochen, auf die Gefahr der „Vermassung“ hingewiesen und darauf, dass die Deutschen nach ihren Erfahrungen mit Nazis und Entnazifizierern „fragebogenscheu“ seien. Natürlich wurde bezweifelt, aus 2000 Antworten auf alle schließen zu können. Ein Radiohörerverband trommelte 1950 für eine „Urabstimmung“. Wenn auf jeder Beitragsquittung fünf Fragen zum Programm stünden, sei das Bild viel klarer als bei Umfragen. Fast ein Jahrzehnt später schrieb *Hans A. Münster*, dass jede Stichprobe „Statistik auf Krücken“ sei, und lobte noch einmal die Totalerhebungen seiner Studenten in den 30er Jahren (*Münster* 1959, S. 136). Andere warnten davor, die Antwort eines Rentners genauso ernst zu nehmen wie die eines Betriebsdirektors und über Fragebögen Motive herausfinden zu wollen. Spontane, wahre Antworten werde man nur erhalten, wenn man die Befragung als harmlose Unterhaltung tarne. Einer der schärfsten Kritiker der Repräsentativerhebungen war *Wolfhart Müller*<sup>11</sup>, ab 1948 Chef der Hörerforschung beim Hessischen Rundfunk. *Müller* wies darauf hin, dass die USA ein ganz anderes Rundfunksystem hätten und man deshalb nicht einfach die Forschungsmethoden übernehmen könne. In Amerika seien die Sender auf Werbung angewiesen und müssten deshalb die Quantitäten erfassen, in Deutschland dagegen komme es auf die Beurteilung des Programms an und damit auf die Einzelaussage.<sup>12</sup> Die Debatte blieb nicht folgenlos. Wer in Umfrageberichten aus jener Zeit blättert, findet dort neben den üblichen Zahlen-Tabellen meist einen Anhang mit „Stimmen“ – mit Einzelaussagen, die den Interviewern offenbar besonders charakteristisch erschienen und die vielleicht auch diejenigen Datenkäufer zufrieden stellen sollten, die von der Methode nicht viel hielten.

*Elisabeth Noelle* hat 1963 in ihrem Demoskopie-Handbuch versucht, Gründe für die Abneigung gegen Repräsentativumfragen herauszuarbeiten. Quantifizierung sei etwas Fremdes in Deutschland und viele würden es nicht als Makel empfinden, keinen Sinn für Zahlen

---

11 *Wolfhart Müller* (1910–1962). Geboren in Brandenburg. Sechs Semester Medizinstudium. Danach Volkswirtschaft, Zeitungswissenschaft und Kunstgeschichte. 1946 NWDR-Autor. Erster Kontakt mit der Hörerforschung. 1948 Programmreferent in Frankfurt, dort auch für Hörerforschung zuständig. Leiter des Zeitfunks. 1958 Sendeleiter Hörfunk und Fernsehen.

12 Vgl. hierzu eine ganze Reihe von Aufsätzen in der Zeitschrift „Rufer und Hörer“ zwischen 1950 und 1953.



zu haben. Mehrzahl und Masse hätten negative Vorzeichen, und außerdem verletze das Stichprobenverfahren das menschliche Selbstbewusstsein und sei mit dem Glauben an die Willensfreiheit nur schwer zu vereinbaren. Außerdem wies *Noelle* auf die Wirkung der falschen *Gallup*-Wahlprognose von 1948 hin. Dass die Meinungsforschung mit einem Versagen in das Licht der deutschen Öffentlichkeit rückte, habe den Umfragegegnern ein Argument geliefert (*Noelle* 1963). Die US-Institute *Gallup*, *Roper* und *Crossley* hatten einen Wahlsieg des Republikaners *Thomas Dewey* vorausgesagt, Präsident aber wurde der Demokrat *Harry Truman* (*Keller* 2001, S. 47–51). Einige Zeitungen (auch in der Sowjetzone) hatten den Umfragen so sehr vertraut, dass sie das offizielle Ergebnis gar nicht abwarteten und einen Erfolg *Deweys* meldeten.

Dies waren nicht die letzten Negativschlagzeilen in Sachen Meinungsforschung. Anfang 1950 wurde dem Leiter des Public Opinion Research Office (PORO) der britischen Militärregierung, *James R. White*, nachgewiesen, falsche Umfrageergebnisse an die Auslandspresse gegeben zu haben. Außerdem warf man *White* Schmuggel und Betrug vor. Er hatte nach der PORO-Liquidation im Herbst 1949 eine deutsche Firma gegründet und die alten PORO-Interviewer für sich arbeiten lassen. Die aber wurden noch aus der Besatzungskasse bezahlt (*Der Spiegel*, Nr. 16/1950, S. 11). Der nächste Fall wog schwerer. Im Januar 1953 veröffentlichte die „New York Times“ eine Umfrage, die sich mit der Einstellung der Westdeutschen zum Nationalsozialismus befasste. Tenor: Die alten Ideologien leben wieder auf. In Deutschland wurde dies als antideutsche Demonstration empfunden, zumal die erste Amerika-Reise des Bundeskanzlers bevorstand. Wenige Tage vorher hatte der britische Geheimdienst zum Befremden der Deutschen sieben ehemalige NSDAP-Funktionäre verhaftet. *Konrad Adenauer* sah in einer Rundfunkrede einen Zusammenhang zwischen beiden Ereignissen, und es begann ein Kesseltreiben gegen die Meinungsforschung, gegen die „amerikanische Methode“, in das sicher auch die Erinnerung an die Entnazifizierungs-Fragebögen der Besatzungsbehörden hineinspielte (*Höfer* 1955; *Baumert* 1958, S. 383f.).

Mit der Bundestagswahl von 1957 änderte sich die Argumentationsrichtung. Die Meinungsforschung wurde nun nicht mehr an sich in Frage gestellt, sondern als Bedrohung für die Demokratie angegriffen. Anlass war die Flut von Umfrage-Zitaten im Wahlkampf. Kritiker bezweifelten sogar, dass die „Sonntagsfrage“ verfassungsmäßig ist. Wer nach der voraussichtlichen Stimmabgabe frage, nehme die Wahl vorweg und raube ihr „den Nimbus der Einzigartigkeit und Einmaligkeit“ (*Süskind* 1958). Es wurde (und wird im Grunde genommen bis heute) vermutet, dass die Umfrageergebnisse nicht nur die Wähler beeinflussen könnten, sondern auch die Politiker (*Atteslander* 1980). Diese kämen in Versuchung, sich nur noch führen zu lassen und den Menschen genau das zu erzählen, was sie hören wollten. Die demoskopischen Institute seien ein ganz neues Element in der Meinungsbildung und würden außerdem das Ansehen des Parlaments untergraben. Nicht mehr der Abgeordnete stehe für die Volksmeinung, sondern die Umfrage, für die aber gebe es keine

öffentliche Kontrolle. Verschärft wurden diese Vorwürfe noch dadurch, dass die erfolgreichen Wahlkampfstrategien **Konrad Adenauers** nicht zuletzt auf Empfehlungen aus Allensbach beruhten.

Dass die Demoskopie in der Bundesrepublik bis Ende der 60er Jahre um Akzeptanz kämpfen musste, hat sicher mit der ablehnenden Haltung in den Universitäten zu tun (**Scheuch** 1999, S. 7–10), mindestens genauso viel aber mit der wirtschaftlichen Entwicklung. Nicht nur die Zeitungsverlage fielen zunächst als Auftraggeber aus. Wenn die Markt- und Meinungsforschung vor allem der Tendenz entgegenkommt, Risiken vermindern zu wollen, dann sind ein funktionierender Markt und entsprechende Finanzmittel nötig. Der Erfolg der westdeutschen Währungsreform vom 20. Juni 1948 war zumindest bis Anfang 1950 ungewiss. Die Preise und das Wachstum fielen, die Arbeitslosigkeit stieg. Erst der Koreakrieg trieb die Nachfrage nach deutschen Produkten im Ausland und nach Konsumgütern im Inland in die Höhe. **Werner Abelshauser** hat von einem „Koreaboom“ gesprochen und von der „Durchbruchskrise der westdeutschen Wirtschaft“, die bis Mitte 1952 gedauert habe (**Abelshauser** 1983, S. 53, 68–70). Dass die Zahl der Betriebe, die sich Umfragen leisten konnten, zunächst begrenzt war, brachte die Meinungsforschungsinstitute in Existenznöte und bremste außerdem die nichtkommerzielle Forschung (**Bacherer** 1987, S. 42; **Riegel** 1950, S. 18, 22f.).

#### 4 Entwicklung der empirischen Medienforschung in der Bundesrepublik

**Erich Peter Neumann** hat 1958 der Presse eine Mitschuld am gespaltenen Verhältnis der Deutschen zur Umfrageforschung gegeben. Die Journalisten würden die Demoskopie als geistigen Rivalen betrachten, der ihnen das Monopol auf Erkenntnisse über die öffentliche Meinung streitig machen wolle, und sich deshalb weigern, die Forschungsergebnisse zur Kenntnis zu nehmen. Dadurch schrieben die Zeitungen oft an den Lesern vorbei, und den Meinungsforschungsinstituten fehle ein wichtiger Auftraggeber. **George Gallup** beispielsweise unterrichtete in Amerika Woche für Woche mehr als einhundert Blätter über die „Strömungen der öffentlichen Meinung“. **Neumann** lobte zwar die Verleger, weil diese nach und nach erkennen würden, wie wichtig Umfragen für die Anzeigenabteilung seien (**Neumann** 1958), aber auch hier war der Widerstand groß. Man habe doch die Leserbriefe und die Abonnentenkartei, und außerdem sei ja der Leserkreis fast identisch mit der Gesamtbevölkerung (**Kolwe** 1957, S. 112).

Die Zeitungsbranche unterschied sich hier nicht sehr von den Radiomachern. Viele der Verantwortlichen sahen den Rundfunk als Volksbildungsmittel und sendeten das, was sie für richtig hielten. Bei jeder Umfrage werde über zu wenig Unterhaltung geklagt, der Rundfunk aber wolle mehr, als „die größtmögliche Hörerzahl mit der größtmöglichen Unterhaltung“ zu versorgen (**Richter** 1952). Trotzdem veranstalteten die meisten Sender

bereits Ende der 40er Jahre Hörerumfragen und richteten hierfür teilweise sogar besondere Abteilungen ein. Vorbild war die BBC, die seit den späten 30er Jahren mit großem Aufwand Hörerforschung betrieb. Die Einschaltquoten wurden täglich über Repräsentativbefragungen ermittelt und durch Gruppenexperimente und Panelstudien ergänzt (*Joeressen* 1964). Was lag da für die Briten näher, als dem Sender in ihrer Besatzungszone, dem Nordwestdeutschen Rundfunk (NWDR), ebenfalls eine Hörerforschungsabteilung zu geben? Hamburg übernahm nach und nach die BBC-Methoden. Zunächst wurden die Hörer um Zuschriften gebeten und kommerzielle Institute mit Umfragen beauftragt. Ab 1950 lief das Gros der Untersuchungen wie bei der BBC in Eigenregie: Befragungen der sogenannten „Hörerfamilie“, Studio-Tests, technische Messungen der Hörerzahl und Repräsentativumfragen (*Drengberg* 1991, S. 413–416). 1955 wurde der NWDR aufgelöst, und seine Nachfolger Nord- und Westdeutscher Rundfunk lehnten es trotz heftiger Proteste in der Fachpresse ab, die Hörerforschung fortzusetzen. Lediglich beim dritten NWDR-Erben, dem Sender Freies Berlin, gab es 1954 bis 1957 eine vergleichbare (wenn auch viel kleinere) Abteilung.

Natürlich dürfte die Eigenart von Bürokratien dazu beigetragen haben, dass die NWDR-Hörerforschung bis zur Auflösung des Senders arbeiten konnte. Wenn eine Struktur einmal geschaffen worden ist, verschwindet sie nicht so leicht wieder, erst recht nicht, wenn es genug Geld gibt und sich die Mitarbeiter für ihre Aufgabe engagieren. *Wolfgang Ernst*<sup>13</sup>, der die Abteilung ab 1952 leitete, hatte seit 1948 zusammen mit seiner Frau *Lena-Renate Ernst*<sup>14</sup> auf Honorarbasis Hörerforschung für den Bayerischen Rundfunk betrieben. Die feste Stelle in Hamburg brachte seinem Münchener Institut ein zweites (rettendes) Standbein und ermöglichte *Ernst*, das in Bayern und bei einer Studienreise nach London Gelern- te in großem Stil auszuprobieren. Hier legte er den Grundstein für den Aufstieg von Infratest. Als sich NDR und WDR trennten, nahm *Wolfgang Ernst* nicht nur die Forschungsberichte, ausgebildete Mitarbeiter und jede Menge Kontakte mit, sondern auch erste Erfahrungen in der Fernsehforschung. *Ernst* verstand es außerdem, mit den Bedenkenträgern in den Rundfunkanstalten umzugehen. Immer wieder verglich er die Umfragen mit einer Seekarte. Diese Karte weise auf Strömungen und Sandbänke hin und helfe so bei der Orientierung, den Kurs aber steuere der Kapitän (*Ernst* 1952, S. 75). Um im Bild zu bleiben: Wenn

13 *Wolfgang Ernst* (1922–1991). Studium der Zeitungswissenschaft in München. Noch während des Studiums erste empirische Rezipientenstudien. 1952–1956 Leiter der Abteilung Hörer- und Zuschauerforschung des NWDR. Gründungsgesellschafter von Infratest. Führt das Unternehmen in den Kreis der zehn größten Meinungsforschungsinstitute der Welt.

14 *Lena-Renate Ernst*, geborene *Siemon*. Jahrgang 1925. 1943 Abitur in Breslau. Arbeitsdienst. 1944 Germanistik-Studium in Breslau. Studentischer Kriegsdienst. Nach Kriegsende ein Semester in Hamburg (Germanistik). Ab Wintersemester 1946/47 Zeitungswissenschaft in München. Nebenfächer: Soziologie, Psychologie. 1950 Promotion bei *Karl d’Ester* mit einer Arbeit über Hörerforschung. Ab Mai 1948 Hörerforschung für den Bayerischen Rundfunk. Gründungsgesellschafterin von Infratest.

auch der Kapitän den Sinn der Karte bezweifeln mag – der Kartenzeichner braucht sie, sonst verliert er sein Brot.

Das Argument BBC half auch anderen Instituten bei der Suche nach Aufträgen. Zwar haben alle westdeutschen Rundfunkanstalten in den 50er und frühen 60er Jahren Umfragen bezahlt, kontinuierliche Forschung aber gab es nur in Stuttgart. Das Institut für Demoskopie veranstaltete ab 1950 regelmäßig Umfragen im Verbreitungsgebiet des Süddeutschen Rundfunks, bis 1960 jährlich, nach der Ablösung des Intendanten *Fritz Eberhard*<sup>15</sup> zunächst noch alle zwei Jahre und dann bis Anfang der 70er Jahre sporadisch. Pate der Umfrageserie war *Carlo Schmid*, der *Eberhard* und *Elisabeth Noelle-Neumann* zusammenbrachte. Zwischen beiden entstand eine Freundschaft. *Noelle-Neumann* sagte, es sei selten gewesen, dass sich ein Rundfunkverantwortlicher von den Hörern habe belehren lassen. *Eberhard* sei nicht nur wirklich an den Ergebnissen interessiert gewesen, sondern habe sie im Programm umgesetzt.<sup>16</sup> Obwohl die Hörerforscher schon 1951 geschlossen empfahlen, die Arbeiten abzustimmen und die Ergebnisse auszutauschen, kam in den 50er Jahren keine Kooperation auf ARD-Ebene zustande. So wie der Rundfunk in Deutschland organisiert war, brauchte er keine Studien über die Rezipienten. Kommerzielle Konkurrenz gab es erst ab 1958, aber Radio Luxemburg erreichte nur einen Teil des Landes (vor allem den Westen), sendete nicht sofort rund um die Uhr und bis Herbst 1963 nur über Mittel- und Kurzwelle. Der Blick auf die anderen Medien wird gleich zeigen, dass überall die Werbewirtschaft und der Wettbewerb die Forschung ankurbelten, und so verwundert es nicht, dass es noch 1958 erste Umfragen zum Empfang des Luxemburger Senders gab.

Das ARD-Fernsehprogramm war, wenn man von den grenznahen Gebieten absieht, bis zum April 1963 ohne Konkurrenz. Zwar hatte die Hörerforschungsabteilung des NWDR die ersten Schritte des neuen Mediums begleitet, unter anderem die Teilnehmer nach den Sendungen angerufen und Repräsentativumfragen zum Thema veranstaltet (ein Beleg für die Eigendynamik einmal geschaffener Strukturen), mit der Auflösung des Senders aber begann für die Fernsehforschung eine Durststrecke, obwohl Infratest versuchte, die Arbeit der NWDR-Abteilung fortzusetzen und Geldgeber zu finden (so brachte das Institut einen Index für das Werbefernsehen auf den Markt). Regelmäßig wurden die Einschaltquoten erst mit dem Sendestart des ZDF gemessen.

---

15 *Fritz Eberhard* (1896–1982). Als *Hellmut von Rauschenplat* in Dresden geboren, Frontsoldat im Ersten Weltkrieg (Eisernes Kreuz erster Klasse). 1920 Promotion. Funktionär in linkssozialistischen Organisationen. 1933 per Haftbefehl verfolgt und in die Illegalität gezwungen. Namenswechsel. 1937 bis 1945 in London. 1946 für die SPD im württemberg-badischen Landtag. 1948/49 Parlamentarischer Rat. 1949 bis 1958 Intendant des Süddeutschen Rundfunks. Im Wintersemester 1960/61 erste Publizistik-Vorlesungen an der Freien Universität Berlin. Honorarprofessor und bis 1968 Leiter des Instituts für Publizistik.

16 Interview mit *Elisabeth Noelle-Neumann* am 28. Mai 1999 in Allensbach.

Selbst wenn die Abneigung gegen empirische Rezipientenstudien bei den Presseleuten genauso groß gewesen sein mag wie in den Rundfunkanstalten (was schon aus Kostengründen zu vermuten ist), konnten es sich die Verleger nicht leisten, auf Umfragen zu verzichten – vor allem im Zeitschriftenbereich nicht. Die Tageszeitungen hatten oft in ihrem Verbreitungsgebiet ein Monopol, oder aber sie konnten auf die Abonnentenzahlen verweisen und darauf, dass fast jeder Zeitung liest. Den örtlichen Geschäftsleuten blieb ohnehin keine Wahl, wenn sie inserieren wollten. Publikumszeitschriften, Programmzeitschriften und Zielgruppenblätter dagegen bewarben sich alle um die gleichen Anzeigen. Dieser Wettbewerb führte 1949 zur Gründung der *Informationsstelle zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern* (IVW). Die Auflagenlisten der IVW konnten das Problem aber nicht lösen. Sie benachteiligten die Zeitschriften, die größtenteils im Lesezirkel vertrieben wurden (und damit viel mehr Leser pro Exemplar hatten) und Blätter wie „Das Beste aus Reader’s Digest“, die sich an eine gehobene (und damit besonders kaufkräftige) Leserschaft wandten. Hier sind schon die Triebkräfte zu erkennen, die die Entwicklung der Leserschaftsforschung prägten und das ständige Feilen an Methoden und Kategorien erklären. Einerseits verlangte die Werbewirtschaft vergleichbare Reichweiten-Daten, die Verlage aber versuchten andererseits, die eigenen Objekte jeweils in das beste Licht zu rücken und damit letztlich ihre Position auf dem Werbemarkt zu verbessern.

Die ersten vergleichenden Zeitschriftenuntersuchungen kamen aus Allensbach (1949 im Auftrag von vier Werbeagenturen und 1951/52 für „Das Beste“). War hier noch nach „regelmäßigem“ und „gelegentlichem“ Lesen gefragt worden, führte die *Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse* (gegründet von 15 Verlagen und 27 Werbeagenturen) 1954 auf Vorschlag *Elisabeth Noelle-Neumanns* die Kategorie „Leser pro Nummer“ ein (*Hess* 1962). Die Interviewer fragten nun, ob das jeweilige Blatt innerhalb einer Zeitspanne, die einem Erscheinungsintervall entspricht, gelesen oder durchgeblättert worden sei. Die deutschen Medienforscher hatten damit den Vorkriegsstand ihrer britischen Kollegen erreicht. Auf der Insel gab es schon 1939 eine landesweite repräsentative Leserschaftsstudie, die alle großen Zeitungen und Publikumszeitschriften erfasste und mit Sichthilfen sowie der Kategorie „recent reading“ arbeitete (*Henry* 1991) – ein Beleg dafür, wie weit die empirische Sozialforschung in Deutschland durch Nationalsozialismus und Nachkriegskrise zurückgeworfen worden war. Dass 1954 überhaupt eine Gemeinschaftsuntersuchung zustande kam (wenn auch vorerst nur für Publikumszeitschriften), hat *Clodwig Kapferer*, einer der deutschen Marktforschungspioniere, auch mit der Angst vor der aufkommenden Konkurrenz des Fernsehens begründet (*Kapferer* 1963). Die Leseranalyse gab es zunächst alle zwei Jahre und ab 1960 dann jährlich. Der *Axel Springer Verlag* bezahlte 1955 eine Extra-Untersuchung, weil nach der ersten Leseranalyse das Anzeigenaufkommen seines Flaggschiffs „Hör zu“ gesunken war. Die Springer-Studie wies nach, dass die Programmzeitschrift für den Werbekunden unverzichtbar war, weil sie viele Exklusivleser hatte,

während sich bei den Publikumszeitschriften die Leserschaften allein schon dadurch überschritten, dass große Teile der Auflagen an die Lesezirkel gingen.

Möglicherweise ist an der Sonderrolle der „Hör zu“ die Ehe zwischen der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse und Allensbach zerbrochen. Das Institut für Demoskopie hatte die ersten beiden Untersuchungen 1954 und 1956 methodisch geleitet und sich die Feldarbeit mit dem DIVO-Institut geteilt. Während die eine Seite das Ausscheiden Allensbachs mit dem Streit um die richtige Stichprobe begründet (Random oder Quota), hat **Elisabeth Noelle-Neumann** von einem freiwilligen Verzicht gesprochen. Da von den Ergebnissen die Werbeeinnahmen der Zeitschriften abhingen, hätten die großen Verlage (allen voran Springer) versucht, den Fragebogen zu ihren Gunsten zu verändern. So habe man beispielsweise an jeden Titel Nachfragen anhängen wollen (wo, wann, wie gekauft), was den Befragten dazu verführe, nur noch die Blätter zu nennen, die ihm unentbehrlich seien (vor allem Programmzeitschriften, die er jeden Tag zur Hand nimmt). **Elisabeth Noelle-Neumann** hat betont, dass es bei diesem Streit nicht um ein paar methodische Kleinigkeiten gegangen sei, sondern um die Frage der Bestechlichkeit. Dieses Schlüsselerlebnis habe zur Geburt der *Allensbacher Werbeträger-Analyse* (AWA) geführt (Horizont Nr. 28/1998, S. 42). 1959 kam ein AWA-Vorläufer auf den Markt, der neben den Zeitschriftenlesern erstmals auch die Werbefunkthörer erfasste. Außerdem lieferte das Institut einen Ergänzungsband zu Radio Luxemburg. Seit 1960 ermittelt die AWA jährlich auch die Reichweiten von Tagespresse, Kinofilmen und Fernsehen. Waren schon im 59er Zusatzband „Zigaretten- und Pfeifenraucher“ extra ausgewiesen, baute Allensbach die AWA schnell zu einer Markt-Media-Analyse aus. 1961 wurden 39 Verbrauchskreise erfasst (Kauf, Besitz, Verbrauchsgewohnheiten), im Jahr darauf 150 und 1965 über 300 Märkte. Hierher gehört auch die Einführung psychologischer Zielgruppen. **Noelle-Neumann** hat diese Entwicklung sowohl mit den Bedürfnissen der Werbetreibenden als auch mit der Konkurrenz der Werbeträgeruntersuchungen begründet. Allensbach habe sich schließlich von der Leseranalyse abheben müssen. Die Gründung der AWA sei natürlich ein kapitalistischer Coup gewesen, und mit so etwas mache man sich Feinde.<sup>17</sup> Nicht nur einmal sei die AWA von der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse (ab 1971: Arbeitsgemeinschaft Media Analyse; vgl. **Meyen** 2001b, S. 39–86) und einigen Großverlagen bekämpft worden. Obwohl **Noelle-Neumann** inzwischen von einem besseren Verhältnis spricht, sieht sie die AWA als eine Institution, die Unbestechlichkeit und Verlässlichkeit garantiert. Solange Allensbach da sei, könnten die anderen Institute nicht einfach Phantasiezahlen produzieren (Horizont Nr. 28/1998, S. 42). Bei der Media Analyse dürfte allerdings schon die gegenseitige Kontrolle der Fachleute aus den verschiedenen Lagern (Institute, Verlage, Werbeagenturen) das Optimum garantieren.

---

<sup>17</sup> Interview mit **Elisabeth Noelle-Neumann** am 28. Mai 1999 in Allensbach.

Allensbach war sicher auch deshalb immer umstritten, weil das Institut an der Methode der Quotenauswahl festhielt und dabei auf Vergleichsuntersuchungen über Quoten- und Zufallsauswahl sowie auf die Treffsicherheit von Wahlprognosen verwies, während sich in den USA und in der Bundesrepublik Randomstichproben durchsetzten. Zum 40. AWA-Geburtstag räumte das Institut ein, damit eine Angriffsflanke geöffnet zu haben. Immer wieder würden Auftraggeber abspringen, weil man ihnen einreden könne, Allensbach arbeite mit der billigeren, unwissenschaftlichen Methode (Institut für Demoskopie 1998, S. 1f.). Dazu kam das politische Engagement der beiden Institutsgründer. **Erich Peter Neumann** saß für die CDU im Bundestag, und seine Frau hat aus ihren Sympathien nie einen Hehl gemacht. An die vielen Anfeindungen hat sie sich offenbar gewöhnt. Jemand, der sich nicht anpasse, gelte immer als störendes Element.<sup>18</sup> Außerdem liefere die Demoskopie häufig Ergebnisse, die linken Überzeugungen widersprechen würden. Ihren Gegnern wirft **Noelle-Neumann** auch Neid vor (werben und verkaufen Nr. 37/1997, S. 89).

Wenn einzelne Verlage über MA und AWA hinaus sogenannte „qualitative“ Analysen in Auftrag gaben, kam in der Regel eine Hochglanzbroschüre für die Werbekunden heraus, in der die besondere Bindung der Leser an das jeweilige Blatt bewiesen werden sollte. Dass die Zeitschrift „Das Beste“ hier ebenso Schrittmacher war wie die „Bild-Zeitung“ (die ein Image-Problem hatte), bedarf nach dem bisher Gesagten keiner weiteren Erläuterung.

Die Entwicklung im Zeitschriftenbereich blieb nicht ohne Einfluss auf die Tagespresse. Die Gründung der Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse 1954 brachte die Zeitungsverleger in Zugzwang. Bis zur ersten Gemeinschaftsuntersuchung des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger dauerte es aber noch drei Jahre. Der Verband wollte den Wert des Werbeträgers Zeitung herausstellen und legte die Studie deshalb etwas breiter an als die Leseranalyse. Neben dem Leseort und der Lesezeit wurden auch die Themen erfasst, die die Leser interessierten. Diese Untersuchung wurde zweimal wiederholt (1960/61 und 1966). Der Verlegerverband forderte seine Mitglieder auf, die deutschlandweiten Erhebungen durch Umfragen im jeweiligen Verbreitungsgebiet zu ergänzen. Wenn die Verleger diesem Aufruf überhaupt folgten, beschränkten sie sich aber schon aus Kostengründen in der Regel auf eine Stichprobe aus der Abonnentenkartei. Die Leserbefragung war allerdings nicht ausschließlich auf die Interessen der Anzeigenabteilungen ausgerichtet. Schon bei einer Allensbacher Untersuchung für die britische Zonenzeitung „Die Welt“ von 1949 ging es auch um den Inhalt des Blattes. Gefragt wurde beispielsweise nach der besten Artikellänge und nach der Meinung über einzelne Beiträge. Der Axel Springer Verlag begann 1955 mit sogenannten Copy-Tests für das „Hamburger Abendblatt“ und ließ die Leser der „Hör zu“ einzelne Roman-Folgen beurteilen. Man ging zu ehemaligen Abonnenten der „Welt“ und

---

18 Interview mit **Elisabeth Noelle-Neumann** am 28. Mai 1999 in Allensbach.

versuchte, Gründe für die Abbestellung herauszufinden, und vor Preiserhöhungen gab es Test-Umfragen.

Nahezu unbeackert blieb dagegen das Feld Kino. Das Kino ist als Werbeträger nicht so interessant, und man hat mit dem Einspielergebnis ein Erfolgskriterium. Dazu kommen die Besonderheiten des Mediums (wenn der Film einmal fertig ist, kann keine Publikumsbefragung mehr etwas retten) und die Organisationsstruktur der Filmwirtschaft. Die Verleiher haben andere Interessen als die Produzenten und die Kinobetreiber, und schon deshalb kann die Spitzenorganisation der deutschen Filmwirtschaft (SPIO) nicht stark genug sein, um teure Umfragen zu finanzieren und durchzusetzen. Statt dessen ließ die SPIO 1959 in einem einzigen Kino über neun Wochen die Gäste zählen, brachte die Zahlen mit Wetterbericht und TV-Daten zusammen und stellte fest, dass das Fernsehen am Besucherschwund Schuld sei (fff-press Nr. 4/1960, S. 7f.). Infratest hoffte auf Aufträge von der UFA und gründete 1957 den Ableger Cinetest. Es blieb aber bei ersten Schritten. 1958 interessierte sich die UFA beispielsweise für den Ruf eines großen Münchener Kinos und ließ Besucher des Hauses befragen. Nach knapp zwei Jahren wurde das Experiment Cine-test abgebrochen (*Bacherer* 1987, S. 48f.).

Keinen Markt gab es zunächst auch für Intermedia-Vergleiche. Hörfunk, Tagespresse und Zeitschriften waren nur indirekt Konkurrenten und profitierten außerdem durch die Bank vom Wirtschaftswunder, das Anzeigenaufkommen und Gebühreneinnahmen in die Höhe schnellen ließ. Erst das Fernsehen veränderte die Wettbewerbslage. Steigende Reichweite, ein zweites Programm und die Ausweitung der Werbezeit auf 20 Minuten am Tag brachten das Thema Medienkonkurrenz Anfang der 60er Jahre auf die Tagesordnung und führten unter anderem zur ersten Studie Massenkommunikation (1964).

## 5 Empirische Medienforschung in der DDR

In der DDR gab es erst Mitte der 60er Jahre die ersten repräsentativen Erhebungen. 1964 wurde ein Institut für Meinungsforschung gegründet und direkt dem SED-Politbüro unterstellt, und im gleichen Jahr bekam auch der Deutsche Fernsehfunke eine Abteilung Zuschauerforschung. Der DDR-Rundfunk folgte 1965 (*Niemann* 1995, *Meyen* 2002). Zwei Gründe für diese Verspätung zeigt der Vergleich mit der Bundesrepublik: Die Konkurrenz auf dem Werbemarkt fehlte ebenso wie der Schub durch die Westmächte. Der Blick in den Westen lieferte den Gegnern der empirischen Sozialforschung in der DDR eher noch ein zusätzliches Argument. Eine Absolventin der Leipziger Fakultät für Journalistik kritisierte 1956, dass die bürgerliche Soziologie die Klassenabhängigkeit des Denkens vernachlässige. Die Fragebögen würden zu groben Verallgemeinerungen führen (*Ewert* 1956). Eine andere Studentin warnte ein Jahr später davor, die „kapitalistischen Methoden“ zu über-



nehmen, ohne sie „den neuen gesellschaftlichen Verhältnissen“ anzupassen (*Lindstedt* 1957).

Diese beiden Diplomarbeiten sind nicht zufällig Mitte der 50er Jahre entstanden. Für kurze Zeit schien die empirische Sozialforschung auch in der DDR Fuß zu fassen. Das SED-Zentralorgan „Neues Deutschland“ vermisste im Juni 1956 Arbeiten über die Sozialstruktur und über die Dynamik der Gesellschaft. Klassikerzitate und die Sprüche der letzten Parteikonferenz könnten konkretes Material nicht ersetzen. Das Blatt lehnte zwar die „empiristische Tendenz“ im Westen ab (so stimme es wohl kaum, dass die Mannesmann-Arbeiter unter ihren Ausbeutern zufrieden seien), empfahl aber das Studium der Methode und forderte mehr statistisches Material, auch wenn es berechtigte Bedenken gebe, manche Unterlagen dem Klassenfeind auszuliefern (28. Juni 1956, S. 6).

Diese „Spionage-These“ dürfte die Umfrageforschung ebenso gebremst haben wie der Bedarf nach Abgrenzung von der Bundesrepublik. *Friedrich Lenz*,<sup>19</sup> wissenschaftlicher Direktor bei Emnid, wies 1950 außerdem darauf hin, dass eine Planwirtschaft keine Marktforschung brauche (*Lenz* 1950, S. 18). Der VI. Parteitag der SED gab im Januar 1963 nicht nur grünes Licht für die Soziologie, sondern auch für marktwirtschaftliche Elemente (Neues Ökonomisches System der Planung und Lenkung). Der Parteitagsbeschluss wirkte sich auch auf die Forschung an der Fakultät für Journalistik aus. Diplomanden und Doktoranden verarbeiteten jetzt Umfrageergebnisse und veranstalteten teilweise selbst kleinere Befragungen.

Vorher hatte die Meinungsforschung in der DDR außerdem mit den gleichen Bedenken wie in der Bundesrepublik zu kämpfen. *Leo Bauer*, Chefredakteur des Deutschlandsenders, lehnte es 1950 auf einer Intendanten-Tagung ab, auf den Durchschnittshörer Rücksicht zu nehmen. Wer das tue, dürfe in der Musik keinen neuen Weg beschreiten und bestimmte politische Dinge nicht sagen. Rücksicht genommen werden müsse vielmehr „auf den fortschrittlichen Teil unserer Hörer“.<sup>20</sup> Der Hörfunk sollte nicht nur Volkshochschule sein, sondern zugleich eine politische Mission erfüllen. Eine Journalistik-Studentin schrieb 1957, dass der demokratische Rundfunk nicht viel auf die Meinung der Hörer geben müsse, da er ja diese Meinung schließlich erst bilden wolle (*Lindstedt* 1957, S. 20). Für Hörerforschung war da kein Platz.

---

19 *Friedrich Lenz* (1885–1968). 1921 Direktor des Instituts für Wirtschaftswissenschaft in Gießen. 1933 entlassen. Studien in Italien, Großbritannien und den USA. 1947/48 Professor für Politische Ökonomie an der Humboldt-Universität. Rücktritt. 1949 Hochschule für Arbeit, Politik und Wirtschaft in Wilhelmshaven. Honorarprofessor in Bonn.

20 Intendanten- und Chefredakteurstagung. Dienstag, 15.8.1950. Protokoll. S. 200f. In: Deutsches Rundfunkarchiv Berlin, Historisches Archiv. Hörfunkbestand.

Aber nicht alle Hörfunkleute dachten so. Generalintendant *Hans Mahle* beklagte auf den Intendantentagungen im August 1950 und im Januar 1951 die „Überheblichkeit“ zahlreicher Mitarbeiter. Die Meinung des Hörers werde missachtet, und überhaupt wisse niemand, wie die Programme ankämen. *Mahle* forderte die „Erforschung der Hörermeinung“, meinte aber nicht Umfragen, sondern die Auswertung der Hörerpost, Abhörergemeinschaften und Hörerversammlungen.<sup>21</sup> Der Berliner Rundfunk hatte seine Einladung zur ersten Hörerversammlung am 24. Februar 1948 mit dem fehlenden Kontakt zum Publikum begründet. Es gebe keine Einschaltquoten und kaum Funkrezensionen, und Briefe kämen nur von einem besonderen Menschenschlag (Der Rundfunk, Nr. 8/1948, S. 3).

Die ersten Umfrageversuche gab es kurz nach der Gründung der DDR. Im Berliner Elektroapparatewerk Treptow wurden Anfang 1950 von 5000 Fragezetteln zum Thema Rundfunk 1000 ausgefüllt. Obwohl er um die Unzulänglichkeiten der Methode wusste, war *Alfred Duchrow*, Chefredakteur des Berliner Rundfunks, davon überzeugt, ein „wirkliches Spiegelbild“ bekommen zu haben.<sup>22</sup> Der Landessender Dresden schickte im Oktober 1950 an alle Gebührendzahler im Einzugsgebiet Postkarten, um zu erfahren, wer denn das Programm überhaupt hören konnte. Von 432.000 Karten kamen 9000 zurück. Wie diese Hörfunkumfragen knüpften auch die Landesämter für Information an die Methoden der Vorkriegszeit an. Die Kreisvertreter des Amtes unterhielten sich mit den Leuten über ein vorgegebenes Thema, über Lohnerhöhungen beispielsweise, über Rüstungspläne, über die Westgrenze und die Versorgungslage, aber auch über den Hörfunk und über einzelne Filme, und schickten einen Bericht an das zuständige Landesamt, wo dann wiederum ein Gesamtbericht geschrieben wurde. Das Ganze trug den Titel „Meinungsforschung“.

Die ausgefeilteste Befragungsaktion lief Ende 1951 unter Leitung der Abteilung Agitation des SED-Zentralkomitees in den Verbreitungsgebieten der „Sächsischen Zeitung“ (Dresden) und der „Chemnitzer Volksstimme“. Um die Akzeptanz der Parteipresse in der Bevölkerung festzustellen, hatte man sich für einen Methodenmix entschieden: Gespräche in Haushalten aus unterschiedlichen Schichten, Gruppendiskussionen in Betrieben und mit Funktionären, Einzelbefragungen in Betrieben und von einigen Zeitungsträgerinnen, Aussprachen mit Verlags- und Postleuten. Außerdem wurden Akten und Statistiken herangezogen (ZK der SED 1951). Der Vergleich mit der Soziographie sowie den Arbeiten der Leipziger Zeitungskundler in den 30er Jahren liegt nahe. Fehlende Repräsentativität kann man der Untersuchung kaum vorwerfen, denn es ging um Argumente für eine Werbekampagne und um Hinweise für die Redaktionen und damit nicht unbedingt um die zahlenmäßige Verteilung. Die Auflagenentwicklung war bekannt.

---

21 Ebd., S. 13, 43f.; Konferenz der Rundfunkintendanten und Chefredakteure am 30. Januar 1951 im Haus des Nationalrats. Berlin, Thälmannplatz. Protokoll-Manuskript, S. 58–60. Ebd.

22 Intendantentagung 1950 (wie Anm. 20), S. 102–104.

Dieser erfolgsversprechende Weg abseits von Reichweitenmessungen für den Werbemarkt und abseits des Streits um die beste Repräsentativauswahl wurde allerdings nicht weitergegangen. Im Juli 1952 beschloss die SED den Aufbau des Sozialismus, im September 1952 wurde der Rundfunk nach sowjetischem Vorbild zentralisiert und am Jahresende das Amt für Information aufgelöst. Glaubte man, nun keine Rücksicht mehr nehmen zu müssen auf die Meinung der Bevölkerung? Passten die Untersuchungsergebnisse nicht ins Bild oder war möglicherweise der Eindruck im Ausland wichtiger als der daheim? Der Historiker **Konrad Dussel** hat darauf hingewiesen, dass die Parteidoktrin zwar „Massenverbundenheit“ gefordert habe, aber andere Prioritäten gesetzt worden seien. Nach der Rundfunkneuorganisation habe man sich auf Hörerversammlungen konzentriert und dem Bericht über die Hörerpost einen Platz in den täglichen Sitzungen gegeben. Schon **Lenin** sei schließlich von der Bedeutung der Zuschriften überzeugt gewesen (**Dussel** 1998, S.123, 125).

Den Redaktionen half diese Art der „Hörerforschung“ kaum. Das Beantworten der Briefe galt vielen als zeitraubende Pflicht, und die Versammlungen wurden als zusätzliche Belastung gesehen. Häufig wurde nicht nur über den Rundfunk, sondern vor allem über örtliche Probleme diskutiert. Ähnliches gilt für die Leserversammlungen der Presse. Das „Umfrage-Tauwetter“ im Sommer 1956 brachte dann einen Sprung. Überall tauchten nun Fragebögen auf – in Hörerversammlungen, in Tageszeitungen (etwa in der „Berliner Zeitung“ und in der „BZ am Abend“ zum Programm des Berliner Rundfunks), in Unterküften westdeutscher Urlauber und sogar während eines Platzkonzertes im Berliner Tierpark. Ein leitender Radio-Mitarbeiter fuhr wochenlang durch die DDR und interviewte die Leute, die er gerade traf. Einer der Beteiligten hat von „gut gemeinten, aber zweifellos recht treuerhizigen Versuchen“ gesprochen (**Harth** 1956, S. 2).

Im Sommer 1956 reiften auch zwei andere Früchte. Mitarbeiter von Radio DDR und Journalistik-Studenten fuhren in ein Dorf im Kreis Hettstedt und diskutierten mit den Einwohnern mehrere Tage über das Programm. Diese Form der Befragung wurde mindestens zweimal wiederholt: 1958 vom Berliner Rundfunk und vom Sender Halle in Hötensleben und 1964 wieder von Radio DDR in Freyburg an der Unstrut. Aussagen über Reichweite, Programmkenntnis und Medienbewertung erlauben die Ergebnisberichte kaum, da die Bevölkerung Wochen vorher durch Zeitungsartikel, Plakate und Sondersendungen auf das „Ereignis Umfrage“ eingestimmt worden war.

Während hier wie schon bei der Presseumfrage des SED-Zentralkomitees von 1951 die Traditionen der Vorkriegszeit auf DDR-spezifische Weise weiterentwickelt wurden, schielte die Hörerforschungsabteilung, die das Staatliche Rundfunkkomitee der DDR im Juli 1956 gründete, nach Westen. Der Leiter der Abteilung, **Karl-Ludwig Harth**, verwies ausdrücklich auf die Standards in den USA und in der Bundesrepublik und plädierte mit

Blick auf die Erfahrungen im Dritten Reich für anonyme Befragungen (*Harth* 1956). *Harth* baute ein Hörer-Panel auf und veranstaltete nach mehreren Proben drei Großbefragungen zur Hörfunknutzung, in denen auch die Medienkonkurrenz thematisiert wurde (*Dussel* 1998). Allerdings gab es keinen Interviewerstab, so dass die Fragebögen per Post zurückgeschickt werden mussten. Repräsentativität war so nicht zu erreichen. *Harth* wusste um die Mängel seiner Arbeit. Ende 1957 schrieb er an die Chefredakteure der Presse, dass ihm ein Mitarbeiternetz fehle und er diese Aufgabe gern den Journalisten übertragen würde. Geplant seien vier Befragungen im Jahr und Geld gebe es auch. In der Anlage bat *Harth* gleich um eine Empfangsprüfung: DDR-Stationen, RIAS, NWDR, sonstige westliche Sender. Damit hatte er ein Tabu berührt. Es gab Beschwerden und die Abteilung wurde Anfang 1958 aufgelöst.

Dieses Beispiel zeigt sowohl, was in der DDR in den 50er Jahren alles möglich war, als auch die Grenzen des Spielraums. *Harths* Kollegen beim Deutschen Fernsehfunk beschäftigten sich nicht mit der westlichen Meinungsforschungsliteratur, aber mit dem Westempfang – allerdings nicht schon im Fragebogen, sondern erst in den Untersuchungsberichten. Adlershof ließ sich 1957 bis 1962 von sogenannten „Fernseh-Korrespondenten“ schreiben, wie das Programm im Kollegen- und Freundeskreis aufgenommen worden war. Die Ergebnisse sind natürlich nicht repräsentativ und oft auch anzuzweifeln, zumal die Mitarbeiter ihre Gesprächspartner teilweise unauffällig befragen sollten, allerdings wurden erhebliche Unterschiede zwischen Orten mit und Orten ohne Westfernsehen festgestellt.

Nicht nur dem Fernsehen waren Umfragen auch vor dem VI. Parteitag der SED erlaubt. Im Hörfunk wurde dabei das Niveau der *Harth*-Abteilung nicht mehr erreicht. So schrieb der Berliner Rundfunk 1959 an 800 Leute und zog die Adressen aus der Hörerpostmappe. Die „Lausitzer Rundschau“ (Cottbus) bat ihre Leser Anfang 1961 per Zeitungsartikel um Meinungen. 602 Leser antworteten auf Fragen wie „Welche Veröffentlichungen lesen Sie auf jeden Fall?“ oder „Werden Sie im Anzeigenteil genügend über das Warenangebot des Handels und über Veranstaltungen informiert?“ Stellte die Abteilung Agitation des Zentralkomitees der SED hier noch fest, dass diese Umfrage „deutlich den Stand des Bewusstseins unserer Bevölkerung“ zeige, las sich das drei Jahre später ganz anders. *Albert Norden*, im SED-Politbüro für Agitation zuständig, lobte zwar, dass die Zahl der Medien-Umfragen ständig steige, kritisierte aber zugleich das Abdrucken von Fragebögen. Die Ergebnisse seien ebenso wenig repräsentativ wie Leserbriefe oder Versammlungen (*Norden* 1964).

Auch wenn die Umfrageforschung Mitte der 60er Jahre institutionalisiert wurde und schnell die methodischen Standards des Westens erreichte, blieben die Unterschiede zur Bundesrepublik groß. Die Meinungsforschung in der DDR war in das Macht- und Ideologiemonopol der SED eingebettet und den Schwankungen der Tagespolitik ausgesetzt.

Zwischen den einzelnen Institutionen gab es kaum Konkurrenz (erst recht keine kommerzielle) und damit auch keine Kontrolle. Was gefragt werden durfte und was nicht, konnten die Forscher ebenso wenig beeinflussen wie die Veröffentlichung der Daten, und als der SED-Spitze die Resultate nicht mehr zusagten, beschloss sie Anfang 1979 die Auflösung des Instituts für Meinungsforschung und schickte die Dokumente in den Reißwolf (*Niemann* 1995). Abgesehen vom *Zentralinstitut für Jugendforschung* in Leipzig lieferten nur die Hörer- und Zuschauerforschung bei den Staatlichen Komitees für Hörfunk und Fernsehen bis zum Ende der DDR kontinuierlich Daten über Verhalten und Einstellungen der Bevölkerung. Obwohl diese Einrichtungen an der Realität interessiert waren, um das Problem Umfrageverhalten wussten und dieses Wissen in die Studien einfluss, obwohl die Zuschauerforschung beispielsweise die Interviewer regelmäßig schulte, Kontrollbefragungen ansetzte und bei Fälschungen mit drastischen Strafen bis hin zum Freiheitsentzug drohte (*Meyen* 2002), bleiben Zweifel an der Validität der Ergebnisse. Die DDR-Bürger hatten Grund genug, selbst bei schriftlichen Befragungen oder Klumpenstichproben nicht an die Anonymität zu glauben. Der Historiker *Lutz Niethammer* hat gefragt, ob man politischen Umfragen in den osteuropäischen Staaten vor der Verkündung von Glasnost in der Moskauer Zentrale überhaupt trauen könne. Zweifellos habe zu jeder Zeit ein erheblicher Teil der DDR-Bevölkerung dem Regime ablehnend und fremd gegenübergestanden. Per Umfrage sei dieser Anteil aber nicht zu messen gewesen (*Niethammer* 1994, S. 111).

## Literatur

- Abelshauer, Werner* 1983: Wirtschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland (1945–1980). Frankfurt.
- Atteslander, Peter* 1980: Demoskopie: Hilfe oder Gefahr für die Politik? In: Politische Studien 31, S. 135–142.
- Averbeck, Stefanie* 1999: Kommunikation als Prozess. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927–1934. Münster.
- Bacherer, Karin* 1987: Geschichte, Organisation und Funktion von Infratest. Salzburg.
- Baumert, Gerhard* 1958: Bemerkungen zur Entwicklung und gegenwärtigen Stellung der sogenannten Meinungsforschung in Deutschland. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 10, S. 379–400.
- Crespi, Leo P.* 1950: The Influence of Military Government Sponsorship in German Opinion Polling. In: International Journal of Opinion and Attitude Research 4, S. 151–178.
- Boese, Franz* 1939: Geschichte des Vereins für Sozialpolitik 1872–1932. Berlin.
- Drengberg, Joachim* 1991: Programm und Politik. Aspekte zur Hörer- und Zuschauerforschung. In: *Köhler, Wolfram* (Hrsg.): Der NDR. Hannover, S. 401–432.
- Dussel, Konrad* 1998: Der DDR-Rundfunk und seine Hörer. Ansätze zur Rezeptionsforschung in Ostdeutschland (1945–1965). In: Rundfunk und Geschichte 24, S. 122–136.
- Eckert, Gerhard* 1941: Der Rundfunk als Führungsmittel. Heidelberg.
- Eckert, Gerhard* 1949: Vom Sinn und Unsinn der Hörerbefragung. In: Rufer und Hörer 4, S. 86–95.

- Ernst, Wolfgang** 1952: Zweck und Aufgaben der Hörforschung. In: Empirische Sozialforschung – Meinungs- und Marktforschung, Probleme und Methoden. Frankfurt am Main, S. 70–75.
- Ewert, Eva** 1956: Leserstimmen und Leserdiskussionen in der demokratischen Presse. Leipzig.
- Fischer, Heinz H.** und **Bauske, Franz** 1984: Die Anfänge der Empirischen Sozialforschung in Deutschland nach dem Kriege. Die OMGUS-, HICOG- und EMBASSY-Studien. In: ZA-Information 14, S. 28–32.
- Gorges, Irmela** 1986: Sozialforschung in Deutschland 1872–1914. Gesellschaftliche Einflüsse auf Themen- und Methodenwahl des Vereins für Sozialpolitik. Frankfurt/Main.
- Haenisch, Konrad** 1899/1900: Was lesen die Arbeiter? In: Die neue Zeit 18, S. 691–696.
- Harth, Karl-Ludwig** 1956: Schreiben an Hermann Ley vom 5.8.1956. In: Bundesarchiv Berlin DR 6, 547.
- Henry, Harry** 1991: Readership research. The origins and birth of the NRS. In: ADMAP: for decisionmakers in advertising, marketing, media, planning & research 27, S. 44–49.
- Hess, Eva-Maria** 1962: Methoden der Leserschaftsforschung. München.
- Höfer, Gert** 1955: Meinungsforschung und Presse in Deutschland. Dargestellt am Problem einer Umfrage über die Einstellung der westdeutschen Bevölkerung zum Nationalsozialismus. Köln.
- Institut für Demoskopie 1998: 40 Jahre AWA. Allensbach.
- Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten e. V. 1952: Empirische Sozialforschung. Meinungs- und Marktforschung. Methoden und Probleme. Frankfurt a. M.
- Jahoda, Marie; Lazarsfeld, Paul F.** und **Zeisel, Hans** 1933: Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch über die Wirkungen langandauernder Arbeitslosigkeit. Frankfurt.
- Joeressen, Karl Josef** 1964: Die Hörer- und Zuschauerforschung der BBC. In: Publizistik 9, S. 143–148.
- Kapferer, Clodwig** 1963: Marktforschung in Europa. Methoden einzelner Länder. Hamburg.
- Keller, Felix** 2001: Archäologie der Meinungsforschung. Mathematik und die Erzählbarkeit des Politischen. Konstanz.
- Kolwe, Armin** 1957: Die Leseranalyse der deutschen Tageszeitung (Methoden, Problematik und Bedeutung von Zeitungsleseranalysen). Berlin.
- Kutsch, Arnulf** 1988: Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die „Zeitungenquête“ und eine Redakteursumfrage. In: Publizistik 33, S. 5–31.
- Kutsch, Arnulf** 1995: Einstellungen zum Nationalsozialismus in der Nachkriegszeit. Ein Beitrag zu den Anfängen der Meinungsforschung in den westlichen Besatzungszonen. In: Publizistik 40, S. 415–447.
- Kutsch, Arnulf** 1996: Rundfunknutzung und Programmpräferenzen von Kindern und Jugendlichen im Jahre 1931. Schülerbefragungen in der Pionierphase der Hörforschung. In: Rundfunk und Geschichte 22, S. 205–215.
- Lenz, Friedrich** 1950: Meinungsforschung in Deutschland. Stuttgart.
- Lindstedt, Ursula** 1957: Die Bedeutung von Teilmassenbefragungen bei der Erforschung der Wirksamkeit unserer Rundfunksendungen, erörtert anhand der verschiedenen Versuche des Staatlichen Rundfunkkomitees vom September 1956 bis Frühjahr 1957. Leipzig.
- Merritt, Anna J.** und **Merritt, Richard L.** 1970: Public Opinion in Occupied Germany. The OMGUS Surveys, 1945–1949. Urbana.
- Merritt, Anna J.** und **Merritt, Richard L.** 1980: Public Opinion in Semisovereign Germany. The HICOG Surveys, 1949–1955. Urbana.

- Meyen, Michael** 2001a: Hauptsache Unterhaltung. Mediennutzung und Medienbewertung in Deutschland in den 50er Jahren. Münster.
- Meyen, Michael** 2001b: Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz.
- Meyen, Michael** 2002: Kollektive Ausreise? Zur Reichweite ost- und westdeutscher Fernsehprogramme in der DDR. In *Publizistik* 46.
- Münster, Hans A.** 1932: *Jugend und Zeitung*. Berlin.
- Münster, Hans A.** 1959: Marktforschung und Werbung im Dienste der Publizistik. In: *Publizistik* 4, S. 131–142.
- Neumann, Erich Peter** 1958: Erkenntnisse aus der Umfrageforschung. In: *Zeitungs-Verlag und Zeitschriftenverlag* 55, S. 16–18.
- Niemann, Heinz** 1995: *Hinterm Zaun. Politische Kultur und Meinungsforschung in der DDR – die geheimen Berichte an das Politbüro der SED*. Berlin.
- Niethammer, Lutz** 1994: Erfahrungen und Strukturen: Prolegomena zu einer Geschichte der Gesellschaft der DDR. In: **Kaelble, Hartmut; Kocka, Jürgen und Zwahr, Hartmut**: *Sozialgeschichte der DDR*. Stuttgart, S. 95–115.
- Noelle, Elisabeth** 1940: *Meinungs- und Massenforschung in USA. Umfragen über Politik und Presse*. Frankfurt.
- Noelle, Elisabeth** 1963: *Umfragen in der Massengesellschaft. Einführung in die Methoden der Demoskopie*. Reinbek.
- Noelle-Neumann, Elisabeth** 1997: Über den Fortschritt der Publizistikwissenschaft durch Anwendung empirischer Forschungsmethoden. Eine autobiographische Aufzeichnung. In: **Kutsch, Arnulf und Pöttker, Horst** (Hrsg.): *Kommunikationswissenschaft – autobiographisch. Zur Entwicklung einer Wissenschaft in Deutschland*. Opladen, S. 36–61.
- Norden, Albert** 1964: Darlegungen für die Tagung der Leiter der Ideologie-Kommissionen. In: Bundesarchiv Berlin. SAPMO. DY 30. IV A 2 / 902 Nr. 31. Bl. 21–27.
- Ralis, Max** 1953: *Über einige Erfahrungen aus der Praxis der Sozialforschung. Kommunikationsverhalten*. Köln.
- Richter, Hans P.** 1952: Hörerforschung – nicht Hörerurteilsforschung. In: *Rufer und Hörer* 7, S. 22–24.
- Riegel, O.W.** 1950: Report on a Survey of Public Opinion Research and Training in West Germany, June–September, 1950.
- Schaefer, Wolfgang und Miller, Mungo** 1998: Schwierigkeiten der Umfrageforschung in den fünfziger Jahren in Deutschland: Erinnerungen und Beobachtungen. In: *Zuma-Nachrichten* 43, S. 8–35.
- Scheuch, Erwin K.** 1999: Die Entwicklung der Umfrageforschung in der Bundesrepublik Deutschland in den siebziger und achtziger Jahren. In: *Zuma-Nachrichten* 45, S. 7–22.
- Süskind, W. E.** 1958: Demoskopie und öffentliche Meinung. In: *Zeitungs-Verlag und Zeitschriftenverlag* 55, S. 3f.
- Schmidt, Alfred** 1939: *Publizistik im Dorf*. Dresden.
- Schindler, Friedrich** 1942: *Die Publizistik im Leben einer Gruppe von Leunarbeitern insbesondere im Hinblick auf Presse, Rundfunk und Film*. Leipzig.
- ZK der SED 1951: Bericht über den Instruktoreinsatz des Sektors Presselenkung zur Vorbereitung der Werbekampagne für die Parteipresse vom 19.–27.11.1951. Berlin, 8. Dezember. In: Sächsisches Hauptstaatsarchiv Dresden. SED A 230. Bl. 95–148.

## Neuzugänge bei den deutschen USIA-Studien aus den Jahren 1952-1972 und 1991

In der Umbruchsituation von der Diktatur zur Demokratie nach dem 2. Weltkrieg wurden von der United States Information Agency (USIA) Umfragen in Deutschland durchgeführt, die den Redemokratisierungsprozess begleiteten. Das Deutsche Institut für Volksumfragen in Frankfurt (DIVO) hatte eine Reihe dieser Untersuchungen durchgeführt. Einige dieser Umfragen sind über die Auflösung des DIVO-Instituts in das ZA eingebracht worden. Die meisten Studien waren nach Nordamerika mitgenommen worden und in Deutschland nicht dokumentiert und gelagert. **Hans Rattinger**, Bamberg, hatte ein Forschungsinteresse an diesen Studien. Er hat sie unter Mitarbeit von **Barbara Evers** aus den USA zurücktransferiert. Dies geschah in einem gemeinsamen Projekt mit dem ZA. Die neu zugegangenen Studien sind von uns auf einem Datenträger zusammengefasst worden und stehen nunmehr allen Nutzern des ZA zur Verfügung. Wir stellen die Projektbeteiligten, die CD und ausgewählte Beschreibungen von Datensätzen vor.

Das Projekt *"Die politische, soziale und wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands in den 50er und 60er Jahren im Spiegel von Umfragestudien der United States Information Agency (USIA)"* konzentrierte sich auf Erhebungen aus den 50er und 60er Jahren. Die Datensätze wurden im Rahmen des jeweils zur Hälfte von der *Fritz-Thyssen-Stiftung* und vom Zentralarchiv geförderten Forschungsprojektes vom *Roper Center* (Connecticut, USA) beschafft und in Zusammenarbeit von Prof. Dr. **Hans Rattinger** vom Lehrstuhl für Politikwissenschaft II der Universität Bamberg und dem ZA aufbereitet und dokumentiert.

Ziel des Projekts war es, in Deutschland in den ersten Nachkriegsjahrzehnten von der United States Information Agency (USIA) durchgeführte und bisher allein in den USA im *Roper Center* der University of Connecticut archivierte Umfragestudien sicherzustellen und für eine computergestützte Auswertung aufzubereiten, so dass die Daten und ihre Dokumentation über das Zentralarchiv der Allgemeinheit zur Verfügung gestellt werden können.



**Folgende Studien befinden sich auf der CD-ROM:**

<b>ZA-Nr.</b>	<b>Titel</b>
3301	Difficulties of Recent East Zone Refugees
3302	RIAS Coverage and Programming as Evaluated by East Zone Listeners
3303	East German Opinions on Current Political Issues
3304	Attitudes Toward RIAS (June 1954/I)
3305	World Youth Festival Survey
3306	Attitudes Toward RIAS (June 1954/II)
3307	Attitudes Toward RIAS (June 1954/III)
3308	Chancellor Adenauer's Trip to Moscow (September 1954)
3309	Chancellor Adenauer's Trip to Moscow (October 1954)
3310	The Reunification of West Germany
3311	RIAS and other Broadcasting Stations (September 1956)
3312	A Working Class Audience Appraisal of the USIS Film "Man - Maker of Abundance"
3313	Reactions to "Die Schildbürger", a USIS Sponsored Film
3314	Appraisal of "The Hour of Choice" by a Group of Hessian Civil Servants
3315	Conditions in East Germany
3316	RIAS and Other Broadcasting Stations (September 1957)
3317	Media Exposure and Attitudes of East Germans (July-September 1957/I)
3318	Media Exposure and Attitudes of East Germans (July-September 1957/II, Form A)
3319	Media Exposure and Attitudes of East Germans (July-September 1957/II, Form B)
3320	International Relations (November 1957)
3321	RIAS and Other Broadcasting Stations (September 1958)
3322	Conditions in the GDR (September 1958)
3323	Industrial Fair Studies
3324	RIAS and Other Broadcasting Stations (September 1959)
3325	Conditions in the GDR (September 1959)
3326	Aspirations and Fears of West German Citizens
3327	Berlin Youth Exhibit
3328	RIAS and Other Broadcasting Stations (Januar 1960)
3329	RIAS and Other Broadcasting Stations (September 1960)
3330	RIAS and Other Broadcasting Stations (Januar 1961)
3331	Opinions and Values of Egyptian Students in West Germany
3332	Regular European Survey No. 1 (February 1967)
3333	Regular European Survey No. 2 (May 1967)
3334	Regular European Survey No. 3 (September 1967)
3335	Regular European Survey No. 4 (December 1967)
3336	Regular European Survey No. 1 (April 1968)

- 3337 Regular European Survey No. 2 (December 1968)
- 3338 Wireless File Survey
- 3339 Apollo XI Before Survey
- 3340 Cambodian Rider Survey
- 3341 Target Group Media Habits
- 3342 Attitude Study about Present International and National Questions
- 3343 World Survey 5-A (Pre-China-Visit-Study)
- 3344 World Survey 5-B (Post-China-Visit-Study)
- 3345 World Survey 5-C (Post-USSR-Visit-Study)
- 3346 Security Issue Survey (West Germany)
- 3347 Security Issue Survey (East Germany)

Im Einzelnen befinden sich folgende Dateien auf der CD-ROM:

- š im Hauptverzeichnis
  - die Datei start.bat, mit der alle Readme-, Hilfe- und Installationsdateien aufgerufen werden können (wenn das Menü nicht automatisch beim Einlegen der CD-ROM gestartet wird)
- š im Verzeichnis \SPSS
  - Dateien, die Umfragedaten der USIA Studien im SPSS für Windows Format beinhalten
- š im Verzeichnis \CodebookExplorer
  - die Readme-Datei und die Hilfe-Datei für die Anwendung ZA CodebookExplorer 2.1 USIA
- š im Verzeichnis \CodebookExplorer\setup
  - die Installationsdateien für den ZA CodebookExplorer 2.1 USIA und die Daten-Dateien für die Auswertungen mit dem ZA CodebookExplorer 2.1 USIA
- š im Verzeichnis \Acrobat
  - die Installationsdatei für den Acrobat Reader 4.0 deutsch
- š im Verzeichnis \PDF Fragebögen
  - die Reproduktion der Original-Fragebögen, Codepläne oder englischen Übersetzungen der 47 USIA Studien im PDF-Format, die aus dem ZA CodebookExplorer heraus aufgerufen werden können

**Abbildung 1:** Einstiegsseite der CD



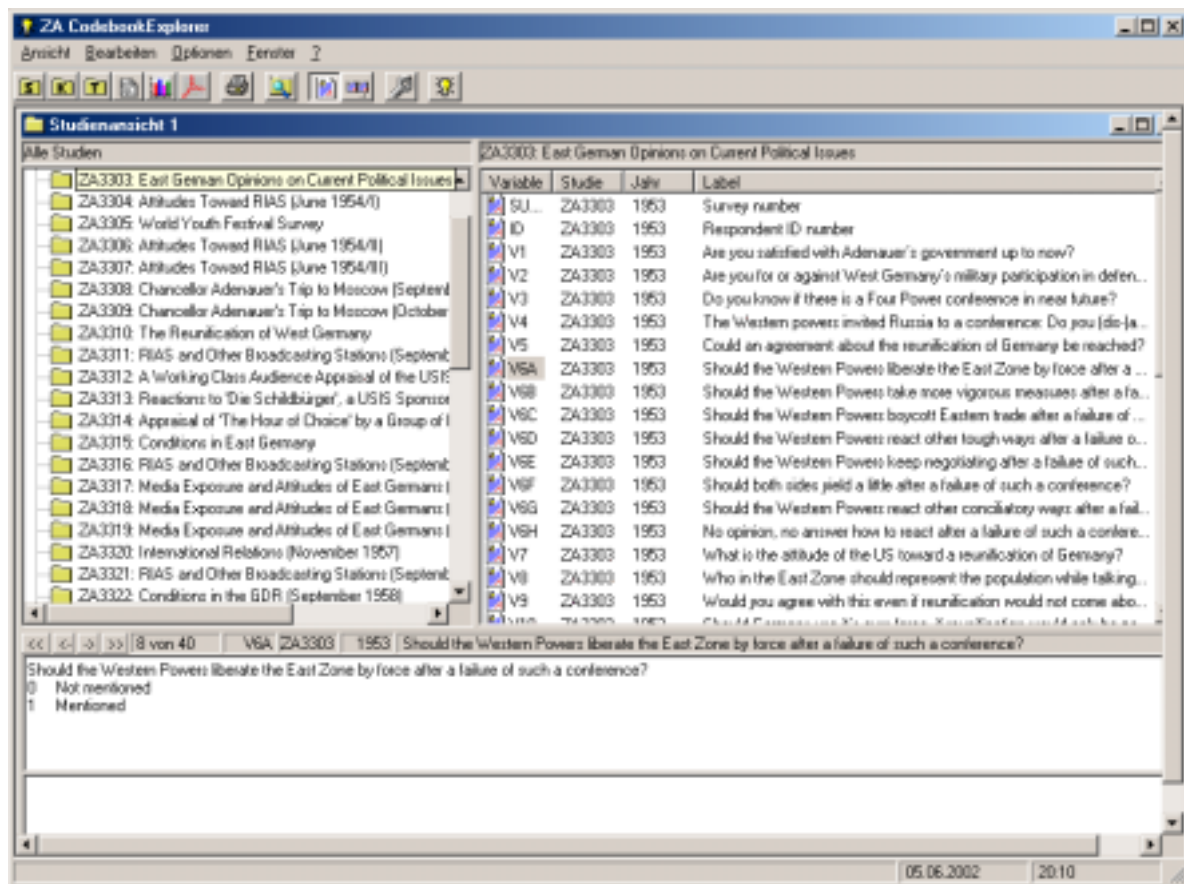
### Über den ZA CodebookExplorer

Der ZA CodebookExplorer soll Informationen über Datensätze in einer leicht zugänglichen Form darstellen. Dazu können eine Studienübersicht mit Variablenliste und den Variablen mit ihrer Nummer, ihrer Bezeichnung und dem vollständigen Frage- und Antworttext dargestellt werden. Die USIA Datenbank enthält die Fragetexte von 47 USIA Studien. Als Zusatzinformationen können die Studienbeschreibungen und die Fragebögen der Studien angezeigt werden. Eine Übersicht über die Ergebnisse der Umfragen kann in der Auswertungsansicht mit einfachen Häufigkeits- oder Kreuztabellen, sowie Grafiken gewonnen werden.

Das CodebookExplorer-Fenster in Abbildung 2 – dort durch die Markierung in der linken Fensterhälfte auf die ZA-Studien-Nr. 3303 positioniert – präsentiert in der rechten Hälfte die Variablennamen und Variablenlabel dieser Studie. Im unteren Feld erscheinen die Wertelabel.

Am Ende dieses Beitrags ist in Abbildung 3 eine Seite des Fragebogens dieser ZA-Studien-Nr. 3303 abgebildet. Die CD enthält für alle Studien derartige Faksimiles der gesamten Fragebögen. In diesem Falle ist es die englische Fassung, so wie sie für die amerikanischen Auftraggeber dokumentiert wurde. In vielen Fällen ist auch die deutsche Fragebogenfassung in diesen pdf-files enthalten.

Abbildung 2: CodebookExplorer-Fenster

**ZA-Studien-Nummer: 3303**

East German Opinions on Current Political Issues

Erhebungszeitraum:

August 1953 bis September 1953

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

DIVO, Frankfurt

Inhalt:

Einstellung der Ostdeutschen zu aktuellen politischen Fragen.

Themen: Zufriedenheit mit der Arbeit der Regierung Adenauer; Zustimmung zu militärischen Einsätzen Westdeutschlands zur Verteidigung Europas; Kenntnis über eine geplante Vier-Mächte-Konferenz; Wahrscheinlichkeit einer Übereinkunft zur deutschen Wiedervereinigung bei der Vier-Mächte-Konferenz; erwünschte Reaktion der Westmächte nach einem möglichen Scheitern der Vier-Mächte-Konferenz; Einstellung der USA zur einer deutschen Wiedervereinigung; erwünschte Delegation der DDR bei den Verhandlungen zur Wiedervereinigung; frei gewählte Delegation der DDR unter allen Umständen; Zustimmung zu Gewaltanwendung zur Durchsetzung der deutschen Wiedervereinigung; be-

vorzugte Partei bei den Bundestagswahlen in Westdeutschland; bevorzugte Partei bei gesamtdeutschen Wahlen; Gründe für Parteipräferenz CDU oder SPD.

Demographie: Beruf; Ausbildung; Geschlecht; Alter; Land; Ortsgröße.

Grundgesamtheit und Auswahl:

Untersuchungsgebiet: Ost-Berlin

Bevölkerung von Ost-Berlin; Zufallsauswahl an 7 (von 8) Essensverteilungsstellen in West-Berlin

Erhebungsverfahren:

Mündliche Befragung mit standardisierten Fragebogen

Datensatz:

Anzahl der Einheiten: 448

Anzahl der Variablen: 22

Analyse-System: SPSS

### **ZA-Studien-Nummer: 3310**

The Reunification of West Germany

Erhebungszeitraum:

September 1956

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

DIVO

Inhalt:

Themen: Verhältnisse in Ostdeutschland; vergangene und zukünftige Entwicklungen in der Ernährungslage, den rechtlichen Verhältnissen und der Verantwortlichkeit örtlicher Verwaltungsstellen; Wege zur Wiedervereinigung; Schuld an Deutschlands Teilung; Dauer bis zur Wiedervereinigung; Bündniszugehörigkeit eines wiedervereinten Deutschlands; Bereitschaft zu Zugeständnissen für eine Wiedervereinigung; vermutete Einstellung der Russen zur Wiedervereinigung; Zufriedenheit mit Adenauers Deutschlandpolitik; Kenntnis über die Wiedereinführung der Wehrpflicht in der BRD; Wiedereinführung der Wehrpflicht als Gefahr für die Wiedervereinigung; Einstellung zur Wehrpflicht; Ansehen Adenauers.

Demographie: Beruf; Alter; Schulbildung; Land; Häufigkeit der Besuche im Westen im letzten Jahr; Geschlecht.

Zusätzlich verkodet wurden: Interviewdatum; Interviewort; Interviewernummer.

Grundgesamtheit und Auswahl:

Besucher aus der Ostzone auf einer Gewerbesmesse in West-Berlin

Erhebungsverfahren:

Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:

Anzahl der Einheiten: 500

Anzahl der Variablen: 106

Analyse-System: SPSS

**ZA-Studien-Nummer: 3320**

International Relations (November 1957)

Erhebungszeitraum:

November 1957 bis Dezember 1957

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

DIVO, Frankfurt

Inhalt:

Einstellungen zur militärischen Entwicklung der USA und der Sowjetunion.

Themen: Meinung über verschiedene Länder (England, Frankreich, USA, UdSSR); gute und schlechte Eigenschaften der UdSSR bzw. der USA; Urteil über politische Persönlichkeiten verschiedener Länder; Einstellung zur Atomenergie; Blockzugehörigkeit Westdeutschlands; Blockzugehörigkeit im Kriegsfall; Gefahr eines Weltkrieges in den nächsten Jahren; Bemühungen der UdSSR/USA zur Vermeidung eines neuen Weltkrieges; Beurteilung der USA und UdSSR in einem Wettbewerb ohne Krieg; wissenschaftliche Entwicklung in der UdSSR, USA und den übrigen Westmächten im Vergleich; Militärmacht der UdSSR, der USA und des Westens im Vergleich; Verhältnis zwischen UdSSR und anderen westlichen Ländern bzgl. Atomwaffen; Möglichkeiten zur Friedenssicherung für Westdeutschland; Kenntnis der NATO; Vertrauen in die Wirksamkeit der NATO; Aufrüstung in der BRD; Abzug der US-Streitkräfte aus Westdeutschland; Aufrüstung mit Atomwaffen; Provokation Russlands durch Atomwaffenausrüstung; Kenntnis über NATO-Konferenz; Auswirkung der Konferenz auf die militärische Stärke der NATO; Wissen über Sputnik; Einfluss des Sputnik-Erfolgs auf die Meinung über Russland; Überlegenheit Russlands in der wissenschaftlichen Entwicklung; Überlegenheit der Leistungsfähigkeit des Sowjetsystems; Eindruck von der wissenschaftlichen Entwicklung Russlands; militärische Gefahr durch die wissenschaftliche Entwicklung Russlands; Reaktionsmöglichkeiten Westdeutschlands auf die Berechnung durch Russland; Beziehung Westdeutschlands zu den USA; politische und militärische Zusammenarbeit mit den USA; Westdeutschland als gleichberechtigter Partner der USA; Rassendiskriminierung in den USA; Entwicklung der Gleichberechtigung bestimmter Bevölkerungsgruppen in den USA in den letzten 10 Jahren.

Demographie: Geschlecht; Alter; Beruf; Bildung; Parteipräferenz; Gesellschaftsschicht; Ortsgröße; Bundesland.

Zusätzlich verkodet wurde: Interviewdatum.

Grundgesamtheit und Auswahl:

BRD ohne Saarland (Alter: 21-79 Jahre); Zufallsauswahl

Erhebungsverfahren:

Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:

Anzahl der Einheiten: 813

Anzahl der Variablen: 187

Analyse-System: SPSS

**ZA-Studien-Nummer: 3336**

Regular European Survey No. 1 (April 1968)

Erhebungszeitraum:

April 1968

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

EMNID, Bielefeld

Inhalt:

Einstellungen zu aktuellen außenpolitischen Themen.

Themen: Übereinstimmung der grundlegenden Interessen Deutschlands mit denen der USA; Zusammenarbeit der USA mit Westeuropa; Einfluss amerikanischer Investitionen auf die deutsche Wirtschaft; Bewertung der amerikanischen Investitionen; Image der Amerikaner (kreativ, reif, gesetzestreu); Armut in den USA; Bemühen um Verbesserung der Lebensverhältnisse in den USA; Bewertung des Vietnamkrieges; siegreiche Seite im Vietnamkrieg.

Demographie: Bundesland; Ortsgröße; Bildung; Beruf; Alter; Geschlecht; soziale Schicht.

Zusätzlich verkodet wurden: Interviewdatum.

Grundgesamtheit und Auswahl:

Bevölkerung in Westdeutschland, ohne Berlin

Erhebungsverfahren:

Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:

Anzahl der Einheiten: 1000

Anzahl der Variablen: 25

Analyse-System: SPSS

**ZA-Studien-Nummer: 3337**

Regular European Survey No. 2 (December 1968)

Erhebungszeitraum:

Dezember 1968 bis Januar 1969

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

EMNID

Inhalt:

Einstellungen zu aktuellen außenpolitischen Themen.

Themen: Übereinstimmung der grundlegenden Interessen Deutschlands mit denen der UdSSR und denen der USA; Zusammenarbeit der USA mit Europa; Aufmerksamkeit der USA für europäische Probleme; Erfüllung der europäischen Verpflichtungen durch die USA; militärische Stärke der NATO; westdeutsche NATO-Truppenstärke; Einfluss der

USA innerhalb der NATO; Einstellung zu Machtverteilung innerhalb der NATO; Vertrauen in die USA zur Lösung der Weltprobleme; militärisch stärkste Nation; Gefahr eines Angriffs der UdSSR auf Westeuropa; Bemühungen der USA um bessere Beziehungen zur UdSSR; Abkommen zur Nichtverbreitung von Atomwaffen; kulturelles Leben in den USA; Erziehungssystem in den USA; Ähnlichkeit zwischen Deutschen und Amerikanern; Einfluss der amerikanischen Lebensweise auf Westdeutschland; Vertrauen in Problemlösungskompetenz der USA bezüglich deren sozialer und wirtschaftlicher Probleme im Innern.

Demographie: Bundesland; Ortsgröße; Bildung; Beruf; Alter; Geschlecht; Schicht.  
Zusätzlich verkodet wurde: Interviewdatum.

Grundgesamtheit und Auswahl:  
Bevölkerung in Westdeutschland

Erhebungsverfahren:  
Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:  
Anzahl der Einheiten: 998  
Anzahl der Variablen: 36  
Analyse-System: SPSS

### **ZA-Studien-Nummer: 3339**

Apollo XI Before Survey

Erhebungszeitraum:  
Juni 1969 bis Juli 1969

Primärforscher:  
United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:  
EMNID

Inhalt:

Die Mondlandung von Apollo XI.

Themen: Meinung über die USA und die UdSSR; militärische Stärke; wissenschaftliche Entwicklung; Raumfahrtentwicklung der USA und der UdSSR im Vergleich; Wissen über erste Mondlandung; Eindruck von der wissenschaftlichen Entwicklung; Bedeutung der Mondlandung; Nutzen der Mondlandung für Deutschland; Bemühen der USA um Welt- raumforschung.

Demographie: Geschlecht; Alter; Bildung; Beruf; Konfession; Familienstand; Kinder; soziale Schicht; Einkommen.

Grundgesamtheit und Auswahl:  
Bevölkerung in Westdeutschland, Quotenstichprobe (Land, Alter, Beruf)

Erhebungsverfahren:  
Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:  
Anzahl der Einheiten: 2000  
Anzahl der Variablen: 48  
Analyse-System: SPSS



**ZA-Studien-Nummer: 3342**

Attitude Study about Present National and International Questions

Erhebungszeitraum:

Juli 1971 bis August 1971

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

MARPLAN

Inhalt:

Einstellungen zu aktuellen nationalen und internationalen Fragen.

Themen: wichtigstes nationales Problem; wichtigstes internationales Problem; Länder im Konflikt mit der BRD; Hauptprobleme und Differenzen zwischen BRD und USA; Hauptprobleme zwischen BRD und anderen Ländern; Meinung über Frankreich, Großbritannien, USA, UdSSR, Rot-China; Gründe für negative und positive Einstellung zu den Ländern USA, UdSSR und China; Vertrauen in die USA und die UdSSR bei der Behandlung von Weltproblemen; Gründe für geringes Vertrauen in die USA und UdSSR; Bemühen der USA und der UdSSR um den Weltfrieden; Verhältnis der USA zur UdSSR; stärkste derzeitige Atommacht; Stärkste Atommacht in 5 Jahren; gewünschte stärkste Atommacht; Gründe für Wunsch nach ausgeglichenem Nuklearpotential zwischen USA und UdSSR; Kenntnis der SALT-Verhandlungen; Teilnehmerstaaten der SALT-Verhandlungen; Zweck und Erfolgchancen der SALT-Verhandlungen; Nutznießer eines Abkommens zwischen USA und UdSSR; Verlass auf USA bei Verhandlungen; Sicherheitskonferenz; Bedrohung der nationalen Sicherheit Deutschlands; Beistand für BRD im Konfliktfall; Kenntnis internationaler Organisationen; Zweck der NATO; Mitgliedschaft in der NATO; Gründe für gewünschte Mitgliedschaft; Vertrauen in Verteidigungsfähigkeit der NATO; Truppenstationierungen in Westeuropa; Reduktion der US-Truppenstärke in Europa; Notwendigkeit der USA für die Sicherheit Westeuropas; Verteidigungsbudget der BRD; Marinestreitkräfte im Mittelmeer; stärkste Seemacht im Mittelmeer; Verhältnis Israel und arabische Staaten; Unterstützung der BRD für Israel; Bedeutung des Ausganges des Nahostkonfliktes für die BRD; Friedensprozess im Nahen Osten; europäischer Einigungsprozess; Kompetenzen einer europäischen Regierung; Haltung der USA zur europäischen Integration; Lösung des Problems der Umweltverschmutzung durch internationale Organisationen; Wirtschaftshilfe für andere Staaten.

Demographie: Alter; Familienstand; Bildung; Beruf; Einkommen; Konfession; Kirchengang; Geschlecht; Ortsgröße; Bundesland.

Zusätzlich verkodet wurden: Interviewdauer; Anzahl der Kontaktversuche;

Anwesenheit anderer während des Interviews; Kooperationsbereitschaft; Interviewdatum; Interviewer-Nummer.

Grundgesamtheit und Auswahl:

Bevölkerung in West-Deutschland über 18 Jahre (ohne West-Berlin)

1. Zufallsauswahl (CADT Master sample) (N=1211 ),
2. Quotenauswahl (höher Gebildete, mind. Abitur) (N=95)

Erhebungsverfahren:

Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:

Anzahl der Einheiten: 1306

Anzahl der Variablen: 488

Analyse-System: SPSS

**ZA-Studien-Nummer: 3343**

World Survey 5A (Pre-China-Visit-Study)

Erhebungszeitraum:

Januar 1972

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

MARPLAN

Inhalt:

Einstellungen zu aktuellen nationalen und internationalen Problemen.

Themen: Bemühen um den Weltfrieden; Hilfe für die BRD im Konfliktfall; größte Wirtschaftsmacht; größte Militärmacht; Vertrauen in USA, China und UdSSR bei der Behandlung der Weltprobleme; Übereinstimmung grundlegender Interessen der BRD und China, der USA und der UdSSR; Bedrohung der BRD durch China; Besuch von US-Präsident Nixon in China (Kenntnis, Meinung dazu, erwartete Ergebnisse, Auswirkung auf BRD); Besuch von US-Präsident Nixon in der UdSSR (Kenntnis, Meinung dazu, erwartete Ergebnisse, Auswirkung auf BRD); Interesse der USA an europäischen Fragen.

Demographie: Alter; Familienstand; Konfession; Kirchengangshäufigkeit; Bildung; Beruf; Einkommen; Geschlecht; Ortsgröße; Bundesland.

Zusätzlich verkodet wurden: Interviewdauer; Anzahl der Kontaktversuche; Anwesenheit anderer; Kooperationsbereitschaft; Interviewdatum.

Grundgesamtheit und Auswahl:

Bevölkerung in West-Deutschland über 18 Jahre inkl. West-Berlin

Quotenstichprobe (Alter, Berufsstand, Bildung, Wohnortsgröße, Region)

Erhebungsverfahren:

Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:

Anzahl der Einheiten: 1045

Anzahl der Variablen: 60

Analyse-System: SPSS

**ZA-Studien-Nummer: 3346**

Security Issue Survey (West Germany)

Erhebungszeitraum:

April 1991 bis Mai 1991

Primärforscher:

United States Information Agency (USIA), Washington

Datenerhebung:

MARPLAN

Inhalt:

Einstellung zu aktuellen sicherheitspolitischen Fragen.

Themen: Wichtigstes Problem der BRD, Informationsquelle über Ereignisse in der BRD, Fernsehsender als Informationsquelle über Probleme in der BRD, wichtigstes Ziel der BRD, Hilfestellung der BRD bei der Demokratisierung in anderen Ländern, ausländischer Einfluss auf die Kultur der BRD, amerikanische Kultur als Gefahr für die deutsche Kultur, Einstellung zur Sowjetunion und Michail Gorbatschow, Einstellung zu den USA und George Bush, Vertrauen in die USA, Verteidigungsausgaben der BRD, militärische Bedrohung durch verschiedene Länder (UdSSR, osteuropäische Staaten, USA, westeuropäische Staaten, Irak, Iran, Libyen, arabische Staaten), mögliche Gefahren für die nationale Sicherheit der BRD, Bekanntheitsgrad verschiedener Organisationen (UNO, WEU, NATO, EG, KSZE), Meinung zu verschiedenen Organisationen (UNO, WEU, NATO, EG, KSZE), gemeinsame Außen- und Sicherheitspolitik der EG, Einstellung zur Landesverteidigung, Übereinstimmung unter westeuropäischen Ländern hinsichtlich der Verteidigungspolitik, eigene Streitkräfte für die EG, militärische Hilfe der BRD für osteuropäische Länder, Grad der Interessenübereinstimmung zwischen der BRD und den USA bezüglich Verteidigung und Sicherheit des Westens, Meinung zur europäischen Union, Gewährleistung der Sicherheit der BRD, Meinung zur NATO, Bedeutung der NATO für die Sicherheit der BRD, Vertrauen in die Entscheidungen der NATO hinsichtlich der BRD, Zukunft der NATO im Hinblick auf die veränderte politische Situation in Europa, Verteilung der Verteidigungslasten auf die NATO-Mitgliedsländer, Gründe für die Befürwortung oder Ablehnung der NATO, NATO-Osterweiterung, Atomwaffenbesitz der NATO, Beteiligung der USA in europäischen Verteidigungsfragen, Truppenstationierung der USA in Europa, Rolle des wiedervereinigten Deutschlands in der Weltpolitik, Bedeutung der NATO-Mitgliedschaft des vereinten Deutschlands, militärischer Beitrag der BRD im Golfkrieg, Rechtfertigung des Kriegs gegen den Iran, Unterstützung irakischer Kurden durch die NATO, Eingreifen der NATO außerhalb ihrer Grenzen, Befolgung der UNO-Resolutionen bei militärischen Aktionen, Militäreinsatz der USA im Golfkrieg, politisches Interesse, Kontakte in die USA, Kontakte mit Amerikanern, links-rechts-Selbsteinstufung, Sonntagsfrage. Demographie: Sonntagsfrage, Familienstand, Berufstätigkeit, Beruf des Haushaltsvorstands, Geschlecht, Beruf des Befragten, Alter, Personen im Haushalt, monatliches Einkommen, Schulabschluss, Konfessionszugehörigkeit

Grundgesamtheit und Auswahl:

Bevölkerung in West-Deutschland über 18 Jahre inkl. West-Berlin

Zufallsauswahl (random route)

Erhebungsverfahren:

Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz:

Anzahl der Einheiten: 1037

Anzahl der Variablen: 130

Analyse-System: SPSS

Abbildung 3: Faksimile einer Fragebogenseite aus der ZA-Studien-Nr 3303

20 **V5** Apart from what you may hope for or wish from such a Four Power conference, do you consider it more likely that at this Four Power conference an agreement on the reunification of Germany will be reached, or do you consider it more likely that no such agreement will be reached?

1. Agreement likely
2. Agreement unlikely
- 11X.** No opinion

21 Unidentified

22 **V6** Supposing such a Four Power conference would turn out a failure, what would you like to see the Western Powers do then?

- v6a** 1. They should liberate the East Zone by force
- b** 2. They should take more vigorous measures
- c** 3. They should boycott Eastern trade
- d** 4. Other tough reactions
- e** 5. They should keep trying to get results through negotiations
- ~~6. They should try anything short of war~~
- f** 7. Both sides should yield a little
- g** 8. Other conciliatory reactions
- v6h** X. No opinion, no answer

23 **V7** Which of the following views comes closest to what you think is the attitude of the United States concerning the reunification of Germany?

1. I'm sure the United States is for a reunification of Germany
2. I have some doubts that the United States is for a reunification of Germany
3. I'm very doubtful that the United States is for a reunification of Germany
4. I'm sure the United States is not for a reunification of Germany
- 11X.** No opinion

24 **V8** Would you approve of the present leaders of the East Zone government representing the population of the East Zone at negotiations on a reunification of Germany with the Big Four

or

should the Western Powers insist that only a delegation of the people in the East Zone formed via free elections be allowed to negotiate about the reunification of Germany?

Die CD kann für 50 € vom ZA bezogen werden.

Kontakt: **Horst Weinen:** weinen@za.uni-koeln.de (Bestellung)

**Wolfgang Zenk-Möltgen:** moeltgen@za.uni-koeln.de (Aufbereitung der CD)

## Der DJI-Jugendsurvey 1992/1997/2000 auf CD-ROM

Die CD-ROM „Jugendsurvey 1992/1997/2000“ erweitert das Angebot an komfortabel aufbereiteten und umfassend dokumentierten Datenpools, die das Deutsche Jugendinstitut München gemeinsam mit dem Zentralarchiv für die sekundäranalytische Forschung zur Verfügung stellt.

Š *CD-ROM „Jugendsurvey 1992/1997/2000“*

Jugendsurvey 1992: ZA-Nr.: 2527

Jugendsurvey 1997: ZA-Nr.: 3298

Jugendsurvey (Kumulation) 1992 & 1997: ZA-Nr.: 3608

Jugendsurvey (Zusatzerhebung) 2000: ZA-Nr.: 3609

Š *CD-ROM „Ausländersurvey 1997“<sup>1</sup>*

Jugendliche: ZA-Nr.: 3371

Kinder und Eltern: ZA-Nr.: 3372

Š *CD-ROM „Familiensurvey 1988-1995“<sup>2</sup>*

Familiensurvey I. / II. Welle: ZA-Nrn.: 2245, 2392, 2860, 3209, 3210

Zusatzuntersuchungen: ZA-Nrn.: 2393, 2790, 2516, 3212, 3211

Die CD-ROM „Jugendsurvey 1992/1997/2000“ enthält die Daten und Forschungsdokumente der beiden ersten Wellen des Jugendsurvey sowie des „Jugendsurvey (Zusatzerhebung) 2000“ (vgl. Punkt 2). Diese Befragung wurde im Kontext des „Familiensurvey 2000“ durchgeführt und stellt eine Zwischenuntersuchung zwischen der II. Welle des Jugendsurvey 1997 und seiner III. Welle (2003) dar.

Für weiterführende Vergleiche mit dem „Ausländersurvey 1997“, der in Anlehnung an den Jugendsurvey konzipiert wurde, sei auf die CD-ROM „Ausländersurvey 1997“ verwiesen. Hier wird ein umfassender Überblick über die vergleichbaren Variablen im Ausländersurvey 1997 (Jugendliche, Kinder, Eltern), im Jugendsurvey 1997 und 1992 sowie im Familiensurvey 1994 gegeben.

---

1 Vgl.: *Weidacher, A., Mittag, H., Quellenberg, H. und Brislinger, E.*, 2001: Sozial und politisch, integriert? Der Ausländersurvey 1997 auf CD-ROM. ZA-Information 48, 2001.

2 Vgl.: *Bien, W., Bender, D., Mittag, H. und Brislinger, E.*, 2000: Familiensurvey 1988-1995 auf CD-ROM. ZA-Information 46, 2000. Die CD-ROM wird Mitte 2002 um die dritte Welle des Familiensurvey erweitert.

## 1 Jugendsurveys 1992, 1997 und Kumulation 1992 & 1997

Der Jugendsurvey basiert auf regelmäßigen repräsentativen Querschnittserhebungen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Bundesrepublik. Er stellt damit ein Instrument zur Dauerbeobachtung der Lebensverhältnisse sowie gesellschaftlicher und politischer Orientierungen Jugendlicher dar. Ein Kern gleich bleibender Fragen bezieht sich auf Themen, die das Vertrauen Jugendlicher in gesellschaftliche Institutionen, ihre politischen Einstellungen, ihr Interesse für Politik, ihre Wertorientierungen sowie ihre politische Handlungsbereitschaft beschreiben. Tabelle 1 enthält einen Auszug über vergleichbare Themenbereiche in beiden Jugendsurveys (ohne die Demographie).

Die Jugendsurveys 1992 und 1997 wurden als mehrstufig geschichtete Zufallsauswahl (ADM-Mastersample) von deutschen Personen im Alter von 16- bis 29 Jahren mit Wohnsitz in der Bundesrepublik realisiert. Es wurde ein disproportionaler Stichprobenansatz gewählt: In den neuen Bundesländern wurden mehr 16- bis 29jährige befragt, als es dem eigentlichen Anteil an der Gesamtbevölkerung entsprach.

- š 1992 wurden insgesamt 7090 Jugendliche und junge Erwachsene befragt (4526 in den alten Bundesländern, 2564 in den neuen Bundesländern).
- š 1997 wurden 6919 Befragte (4426 in den alten Bundesländern, 2493 in den neuen Bundesländern) in die Untersuchung einbezogen.

Das Frageprogramm der 1997er Studie stellt in großen Teilen eine Replikation des 1992er Jugendsurvey dar. Im „Jugendsurvey (Kumulation) 1992 & 1997“ wurden die identischen Variablen beider Jugendsurveys in einer Datei abgelegt und in einem Codebuch dokumentiert. Die inhaltlichen Änderungen in den Frageprogrammen der beiden Studien sind ausführlich dokumentiert.

Zentrale Publikationen zum Jugendsurvey 1992 und 1997 sind:

- š **Ursula Hoffmann-Lange** (Hrsg.)  
Jugend und Demokratie in Deutschland: DJI-Jugendsurvey 1.  
Opladen: Leske + Budrich 1995.
- š **Gille, Martina/Krüger, Winfried** (Hrsg.)  
Unzufriedene Demokraten: Politische Orientierungen der 16- bis 29jährigen im vereinigten Deutschland. DJI-Jugendsurvey 2.  
Opladen: Leske + Budrich 2000.

## 2 Jugendsurvey (Zusatzerhebung) 2000

Der „Jugendsurvey (Zusatzerhebung) 2000“ stellt eine Einschaltung von Fragen aus den beiden Wellen des Jugendsurveys (1992, 1997) in den „Familiensurvey 2000“ des DJI München dar (vgl. Tabelle 1). Ansonsten enthält er demographische und jugendspezifische Variablen des „Familiensurvey 2000“.

Im Projekt "Wandel und Entwicklung familialer Lebensformen" wurden mit der I. Welle des Familiensurvey 1988 (West) und 1990 (Ost) die Grundlagen für die Dauerbeobachtung von Familien gelegt. 1994 wurde die II. Welle und im Jahr 2000 die III. Welle zur Untersuchung der Familienformen, der Dynamik familiärer Beziehungen, der Vereinbarkeit von Kindern und Berufskarrieren sowie ihrer Auswirkungen auf das Familienleben durchgeführt.

Die 16-29jährigen, die die Population im „Jugendsurvey (Zusatzerhebung) 2000“ bilden (n = 2642), wurden zum überwiegenden Teil (n = 2417) im Rahmen der Hauptinterviews des „Familiensurvey 2000“ befragt (Befragte ab 18 Jahre). 255 Jugendliche (16-17jährige, die mit der Zielperson im Haushalt leben) wurden im Rahmen von Zusatzinterviews befragt.

## 3 Daten und Dokumente auf CD-ROM

Die Forschungsdokumente und Daten der Jugendsurveys sowie weitere Kontextinformationen sind auf der CD-ROM unter einer HTML-Oberfläche benutzerfreundlich abgelegt. Das Informations- und Datenangebot ist nach folgenden Punkten strukturiert:

- š Unter *Studiendesign* werden wichtige methodische Merkmale der Studien (Grundgesamtheit, Auswahl und Gewichtungsfaktoren) beschrieben.
- š Unter *Befragungsthemen* wird ein vollständiger Überblick über die Themenbereiche, die vergleichbar im Jugendsurvey 1992, 1997, 1992 & 1997 sowie im „Jugendsurvey (Zusatzerhebung) 2000“ untersucht wurden, gegeben. Die Befragungsthemen sind mit den dazugehörigen Variablen in den Codebüchern der Studien verbunden.
- š Der Punkt *Dateien* enthält die Datendateien (\*.sav; \*.por), die Codebücher zu den Studien sowie die Fragebögen und Methodenberichte (\*.pdf). Zum „Jugendsurvey 1997“ sind zudem die Datei der Kontaktprotokolle und des Verweigerungsfragebogens verfügbar. Alle Dateien können herunter geladen werden.

§ Unter *Variablenname und Datenstruktur* gelangt der Nutzer zu den Codebüchern der Studien. Für die einzelnen Variablen der Jugendsurveys stehen hier Informationen zum Ursprung der Variablen einschließlich Fragetext, Querverweise zu vergleichbaren Variablen in anderen Jugendsurveys, sowie zu den meisten Variablen deskriptive Statistiken und Häufigkeiten zur Verfügung.

**Tabelle 1** Ausgewählte vergleichbare Themenbereiche in den Studien  
 Jugendsurvey 1992  
 Jugendsurvey 1997  
 Jugendsurvey (Kumulation) 1992 & 1997  
 Jugendsurvey (Zusatzerhebung) 2000

<b>Themen</b>	<b>JS 1992</b>	<b>JS 1997</b>	<b>JS 1992 &amp; 1997</b>	<b>JS Zus. 2000*</b>
Zufriedenheit in speziellen Lebensbereichen	x	x	x	x
subjektiver Altersstatus	x	x	x	–
wichtigste Charakteristika und Ausstattungsmerkmale von Erwachsenen sowie Angabe der davon selbst bereits erreichten Ausstattungsmerkmale	x	–	–	–
Häufigkeit politischer Gespräche mit Eltern, Ehepartnern, Freunden, Schulkameraden und Arbeitskollegen	x	x	x	–
Häufigkeit unterschiedlicher Vorstellungen und Ansichten im Vergleich zur Familie, zum Freundeskreis, zu Arbeitskollegen sowie im Vergleich zur ganzen Bevölkerung	x	–	–	–
Häufigkeit der Nutzung von Sachbüchern, Zeitungen, Fernsehen, Radio, Internet, Diskussionen, Besuch politischer Veranstaltungen zu politische Themen	–	x	–	–
Beurteilung von politischen Aufgaben danach, wie wichtig Politiker in Deutschland diese in Zukunft nehmen sollen	–	x	–	–
Einstellungen zu Umweltschutz und Umweltproblemen	–	x	–	–
umweltorientierte Verhaltensweisen	–	x	–	–

\*) Bei den Fragen wurde jeweils zumeist nur eine Auswahl der Items aus den Jugendsurveywellen aufgenommen.



<b>Themen</b>	<b>JS 1992</b>	<b>JS 1997</b>	<b>JS 1992 &amp; 1997</b>	<b>JS Zus. 2000*</b>
Wertorientierungen	x	x	x	-
Postmaterialismus-Skala	x	x	x	x
Wichtigkeit von Lebensbereichen	x	x	x	x
Geschlechtsrollenorientierungen	x	x	x	x
Wunsch nach und Realisation von Gleichberechtigung von Frauen und Männern im Berufsleben	x	-	-	-
soziale Orientierungen	-	x	-	-
Verbundenheit mit der Gemeinde, dem Bundesland, den alten und neuen Bundesländern, mit Deutschland insgesamt sowie der EG	x	x	x	-
Nationalstolz; Gründe für den Nationalstolz	x	x	x	-
Objekte von Nationalstolz	-	x	-	-
Ignoranz der Politiker und Gefühl der politischen Wirksamkeit; politisches Verständnis und Kompliziertheit der Politik	x	x	x	-
Demokratieverständnis	x	x	x	-
Einstellung zur Idee der Demokratie und zur Zufriedenheit mit der Demokratie in der Bundesrepublik	x	x	x	x
Einstellung zur Idee des Sozialismus und zum Sozialismus in der DDR	x	x	x	-
Selbsteinstufung auf dem Links-Rechts-Kontinuum	x	x	x	-
Sympathie-Skalometer für die Parteien	x	x	x	-
Einstellung zum Wahlrecht ab 16 bei Kommunal-, Landtags-, Bundestags- und Europawahlen	-	x	-	-
Anomie-Items - soziale Verunsicherung, Devianzbereitschaft ("Normlosigkeit")	x	x	x	-
Vertrauen in Institutionen: Gewerkschaften, Kirche, Gerichte, Parteien, Bundeswehr, Presse, Großunternehmen, Bundesregierung, Bundesumweltministerium, Bürgerinitiativen, Polizei, Fernsehen, Bundesverfassungsgericht, Bundestag und Greenpeace	x	x	x	-
...sowie Europaparlament und Europäische Kommission	-	x	-	-

<b>Themen</b>	<b>JS 1992</b>	<b>JS 1997</b>	<b>JS 1992 &amp; 1997</b>	<b>JS Zus. 2000*</b>
detaillierte Angaben über derzeitige und frühere Mitgliedschaften sowie Intensität der Beteiligung an den Aktivitäten in Verbänden oder Vereinen; Übernahme von Funktionen in diesen Vereinen	x	x	x	-
Einstellung zu und eigene Aktivitäten in Friedensinitiativen, Umweltschutzgruppen, Selbsthilfegruppen, nationalistischen Gruppierungen, linken Gruppierungen, Menschenrechtsgruppen usw.	x	x	x	-
Angaben zu weiteren politischen Tätigkeiten	-	x	-	-
Politikinteresse	x	x	x	x
Bereitschaft zu politischen Partizipationsmöglichkeiten (21 Items)	x	x	x	-
erfolgte politische Betätigung bei diesen Möglichkeiten	x	x	-	-
Bewertung von unkonventionellen, auch gewaltorientierten, politischen Handlungen	-	x	-	-
Berücksichtigung der DDR-Interessen bei der Vereinigung Deutschlands	x	x	x	-
persönliche Vor- oder Nachteile durch die deutsche Vereinigung	x	x	x	x
Möglichkeiten des Lernens von den Menschen im anderen Teil Deutschlands	x	x	x	-
Aspekte des persönlichen Lebens, die durch die Vereinigung tangiert wurden, und derzeitige Zufriedenheit in diesen Bereichen	x	-	-	-
Verbesserung/Verschlechterung seit der Vereinigung	x	-	-	-
Einstellungen zum Verhältnis von Westdeutschen und Ostdeutschen heute	-	x	-	-
Bewertung der sozialen Unterschiede in der Bundesrepublik	-	x	-	-
Einschätzung der Gerechtigkeit dieser sozialen Unterschiede	-	x	-	-
gerechter Anteil beim Leben in der Bundesrepublik	x	x	x	x
„sich-leisten-können“ im Vergleich zu Leuten des gleichen Alters	-	x	-	-

<b>Themen</b>	<b>JS 1992</b>	<b>JS 1997</b>	<b>JS 1992 &amp; 1997</b>	<b>JS Zus. 2000*</b>
Gründe und Ausmaß von Benachteiligung	-	x	-	-
Einschätzung der zukünftigen Lebenssituation im Vergleich zu der der Eltern	-	x	-	-
Gerechtigkeit von Auswahlmöglichkeiten bei der Vergabe von Ausbildungsstellen (fiktive Situation)	-	x	-	-
Einstellung zum Nationalsozialismus und Einstellung zu einer Führungsrolle in Europa (Skala)	x	-	-	-
Einstellung gegenüber Ausländern/rassistische Einstellungen (Skala)	x	x	x	-
Unterschied des Lebensstils ausgewählter Gruppen im Vergleich zu Deutschen	-	x	-	-
ausgewählte Gruppen als angenehm/unangenehm als Nachbarn	-	x	-	-
Personen aus ausgewählte Gruppen als angenehm/unangenehm bei Einheirat in die Familie	-	x	-	-

Die CD-ROM ist beim Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung in Köln oder im ZA in der GESIS-Außenstelle in Berlin erhältlich.

Anfragen an *Evelyn Brislinger*: [brislinger@za.uni-koeln.de](mailto:brislinger@za.uni-koeln.de)

## Erwin Rose: Der Mann für alle Fälle

von Ekkehard Mochmann



Vor 42 Jahren wurde das Zentralarchiv gegründet. Es war die erste Einrichtung dieser Art in Europa. Die Amerikanische Sozialforschung war wieder einmal eine halbe Nasenlänge voraus. Dort war das erste sozialwissenschaftliche Datenarchiv, das Roper Center, zunächst in Williamstown, dann in Storrs, Connecticut, noch im Aufbau. Ein etabliertes Organisationsschema oder gar ein Berufsbild für Experten des sozialwissenschaftlichen Datenmanagements und der Datenarchivierung gab es nicht.

In dieser Situation begann vor fast 40 Jahren die Arbeit von *Erwin Rose* im Zentralarchiv. Seine Prädikatsexamina als Diplom-Volkswirt und als Diplom-Kaufmann hatten ihm zwar das Rüstzeug für ökonomische Lösungen im Sinne des Gemeinwohls mitgegeben, die Herausforderungen der Kontrolle, Aufbereitung und analysegerechten Bereitstellung sozialwissenschaftlicher Daten für die Sekundäranalyse mussten aber erst entdeckt, und eine belastbare Produktionslinie von der Eingangskontrolle aller Fälle bis zur Bereitstellung der Daten für den Service entwickelt werden. Dies hat *Erwin Rose* in vorbildlicher Weise geleistet. Ein prominenter Nutzer hat dies einmal mit dem Bild gewürdigt: „*Erwin Rose* verstand es wie kein anderer aus Lochkartenstaub valide Datensätze zu zaubern und dabei

keinen einzigen Fall einzubüßen“. In dieser Kunst hat er Generationen von jüngeren Mitarbeitern aus dem In- und Ausland unterrichtet. Wie **Hans-Dieter Klingemann** als Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirates des ZA hervorhob, hat **Erwin Rose** die internationalen Standards der Datenkontrolle und Aufbereitung maßgeblich geprägt.

**Erwin Rose** hat seine Arbeit stets ohne Aufhebens verrichtet und nie über die Schwierigkeiten geklagt, die der Kontrolleursjob mit sich bringt. Bei der Akquisition neuer Datenbestände war sein Urteil bei der Abschätzung des Kontroll- und Aufbereitungsaufwandes für die Daten mitunter unpopulär, erwies sich im Nachhinein aber ausnahmslos als zutreffend. Er war immer auf Lösungen bedacht und für fast alle Fragen ansprechbar. Das zeichnet ihn aus. Und wenn es zeitlich eng wurde, hat er das Wochenende vor seinem Rechner verbracht, und das nicht selten. Niemand im Archiv hat einen so profunden Überblick über die archivierten Datensätze, die Bibliothek, und über alle internen Gegebenheiten wie er. Mehr als heute in den Internetseiten des ZA, im Datenbestandskatalog, den Fragenpools oder im Retrieval der ZA Bibliothek recherchierbar ist, hat **Erwin Rose** als „walking memory of the archive“ direkt abrufbar zur Verfügung. Das ist nicht nur in Deutschland, sondern international bekannt. So war es unvermeidbar, dass er seine dritte Schicht mit Freude der Beratung unzähliger Forscher bei Datenproblemen und Literatursuche widmete.

**Erwin Rose** hat die Altersgrenze erreicht, ist damit von seinen Arbeitspflichten entbunden und verlässt seinen angestammten Arbeitsplatz. Der Platz des dienstältesten sozialwissenschaftlichen Datenservice-Experten der Welt ist neu zu besetzen. Die Ausschreibung steht in der „ZEIT“. Es gehört zur Theorie einer funktionierenden Institution, dass Wechsel dieser Art ohne Friktionen zu bewältigen sind. **Erwin Rose** hat die Absicht geäußert, dass er helfen wird, diese Theorie in die Praxis umzusetzen – wenn es nötig werden sollte, auch am Wochenende.

Das Zentralarchiv hat die Arbeiten von **Erwin Rose** am 30.4.2002 im Kreise der Mitarbeiter und geladener Gäste gewürdigt. Den Dank aus vielen Zuschriften fassen wir mit den Worten des Leiters eines ausländischen Archivs:

„Ich habe Erwin vor ungefähr 5 Jahren persönlich kennen gelernt und mit ihm ausführlich über unsere gemeinsame Arbeit gesprochen und ich habe den Eindruck gewonnen, dass er stets – sozusagen vom Innersten heraus – über den "eigentlichen" Gehalt der Daten Bescheid wusste, und es auch stets verstand die für uns so wichtige Datenqualität zu wahren. Abgesehen davon, habe ich ihn immer als ein Herz des Kölner Archivs wahrgenommen, und dies vor allem für die "älteren" Datensätze, die uns hier teilweise noch immer Kopfzerbrechen machen. Meine Gedanken, die Erwin jetzt in die Pension begleiten, danken ihm den Grundstock der archivierten Daten, den immer wichtiger werdenden Rückgriff auf ein sozialwissenschaftlich relevantes Datenmaterial, das lange vor unseren jetzigen Möglichkeiten zur Datenarchivierung und -weitergabe liegt.“

# **Das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung im Urteil von Soziologieprofessorinnen und -professoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz: Ergebnisse einer telefonischen Vollerhebung<sup>1</sup>**

**von Markus Klein**

## ***Zusammenfassung***

*Die Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen (GESIS) führte im Jahr 2000 eine Befragung aller Soziologieprofessorinnen und -professoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz durch. Der vorliegende Beitrag dokumentiert die Ergebnisse dieser Befragung, soweit sie sich auf das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA) beziehen. Untersucht werden die Bekanntheit und die Nutzung des ZA sowie die Zufriedenheit seiner Nutzer.*

## ***Abstract***

*In the year 2000 the German Society of Social Science Infrastructure Services (GESIS) conducted a survey among all Professors of Sociology in Germany, Austria and Switzerland. The present article describes the results of this survey as far as they are concerned with the Central Archive for Empirical Social Research (ZA). The knowledge about the ZA, the use of its services and the satisfaction of its users are analysed.*

## **Prolog**

Die Arbeitsgruppe „Qualitätssicherung“ der Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen (GESIS), der neben dem Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung in Köln (ZA) auch das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen in Mannheim (ZUMA) sowie das Informationszentrum Sozialwissenschaften in Bonn (IZ)

---

<sup>1</sup> Erste Ergebnisse dieser Befragung wurden auch im Rahmen der Gesamtdarstellung: „Die GESIS im Urteil der Profession“ in der ZA-Information 49 S. 103ff. veröffentlicht.

angehören, hat im Jahr 2000 eine telefonische Befragung der Soziologieprofessorinnen und -professoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt. Dies geschah vor dem Hintergrund der Überlegung, dass diese Personen eine besondere Kompetenz zur Beurteilung der von der GESIS angebotenen Produkte und Dienstleistungen besitzen sollten. Auch sollten Sie in der Lage sein, kompetent mögliche Zukunftsaufgaben der GESIS zu benennen.

Die Befragung war als Vollerhebung angelegt und wurde zwischen dem 9.11.2000 und dem 14.12.2000 vom ZUMA-Telefonlabor in Mannheim durchgeführt.<sup>2</sup> Die Adressen und Telefonnummern der Befragungspersonen wurden vom IZ ermittelt und für die Zwecke dieser Befragung zur Verfügung gestellt.<sup>3</sup> Bei 431 der 636 in dieser Adressdatenbank enthaltenen Professoren konnte ein Interview realisiert werden. Unter Berücksichtigung von 78 stichprobenneutralen Ausfällen entspricht dies einer Ausschöpfungsquote von 77,2 Prozent.<sup>4</sup> Der vorliegende Bericht beschränkt sich ausschließlich auf den das Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung betreffenden Teil der GESIS-Professorenbefragung und versucht sich dabei bewusst jeglicher Bewertung der Ergebnisse zu enthalten, da diese Aufgabe der dafür zuständigen Aufsichtsgremien der GESIS ist. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Befunde findet sich am Ende dieses Beitrages.

## 1. Der Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute

Die Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen (GESIS) ist eine Serviceeinrichtung für die Sozialwissenschaften. Das erste wichtige Kriterium, an dem sich eine solche Einrichtung messen lassen muss, ist, ob sie von der Profession überhaupt wahrgenommen wird. Im Rahmen der GESIS-Professorenbefragung wurde daher der Bekanntheitsgrad der GESIS insgesamt sowie seiner drei Mitgliedsinstitute Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ), Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung (ZA) sowie Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) ermittelt. Es zeigt sich, dass die GESIS 86 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren bekannt ist. Der Bekanntheitsgrad von IZ und ZA liegt bei jeweils 87 Prozent, während das ZUMA 93 Prozent der Befragten kennen.

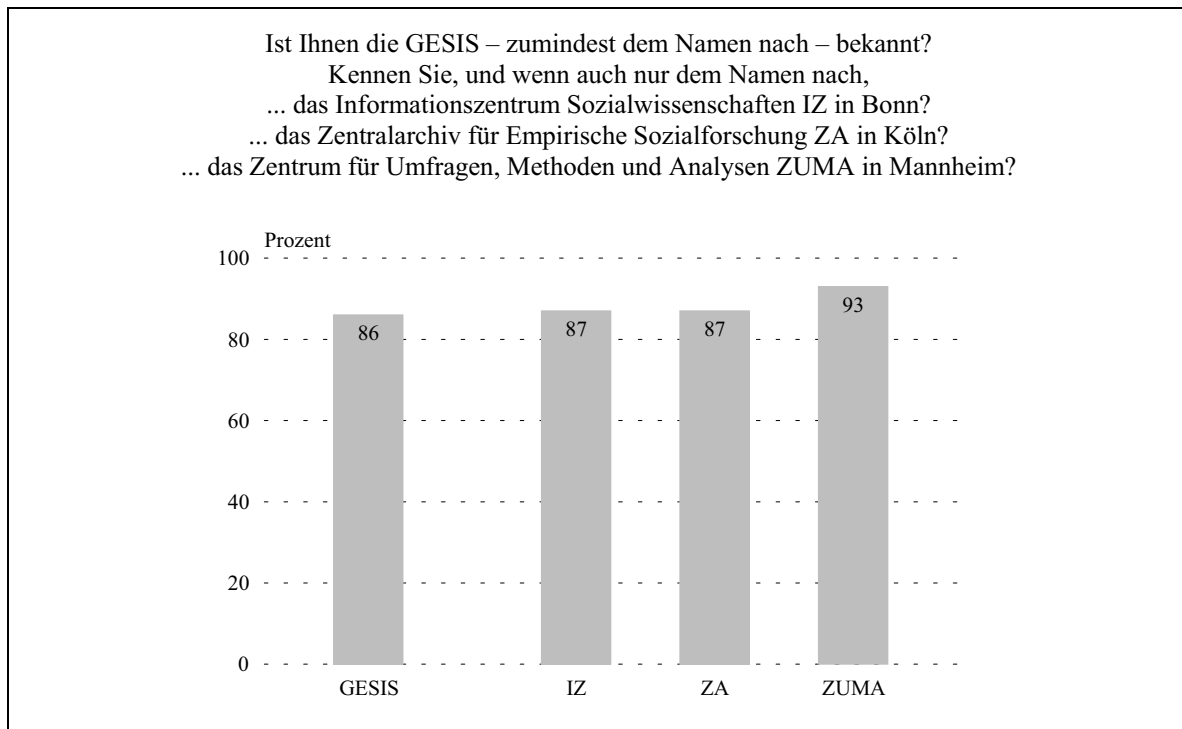
---

2 An dieser Stelle sei dem ZUMA-Telefonlabor – insbesondere *Michael Schneid* und *Angelika Stiegler* – für die Durchführung der Befragung gedankt. Die Ergebnisse eines vor der eigentlichen Befragung durchgeführten Pretests finden sich in: *Schneid, Michael & Angelika Stiegler* (2000): Pretestbericht Projekt „Potential-Umfrage GESIS“. ZUMA-Projektbericht 03/2000

3 *Gisbert Binder* und *Matthias Stahl* vom IZ gebührt Dank für die Erstellung der Adressdatenbank.

4 Für eine Beschreibung des Verlaufs der Datenerhebung: *Schneid, Michael & Angelika Stiegler* (2001): Feldbericht Projekt „Potential-Umfrage GESIS“. ZUMA-Projektbericht 08/2001

**Abbildung 1:** Der gestützte Bekanntheitsgrad der GESIS und ihrer drei Mitgliedsinstitute

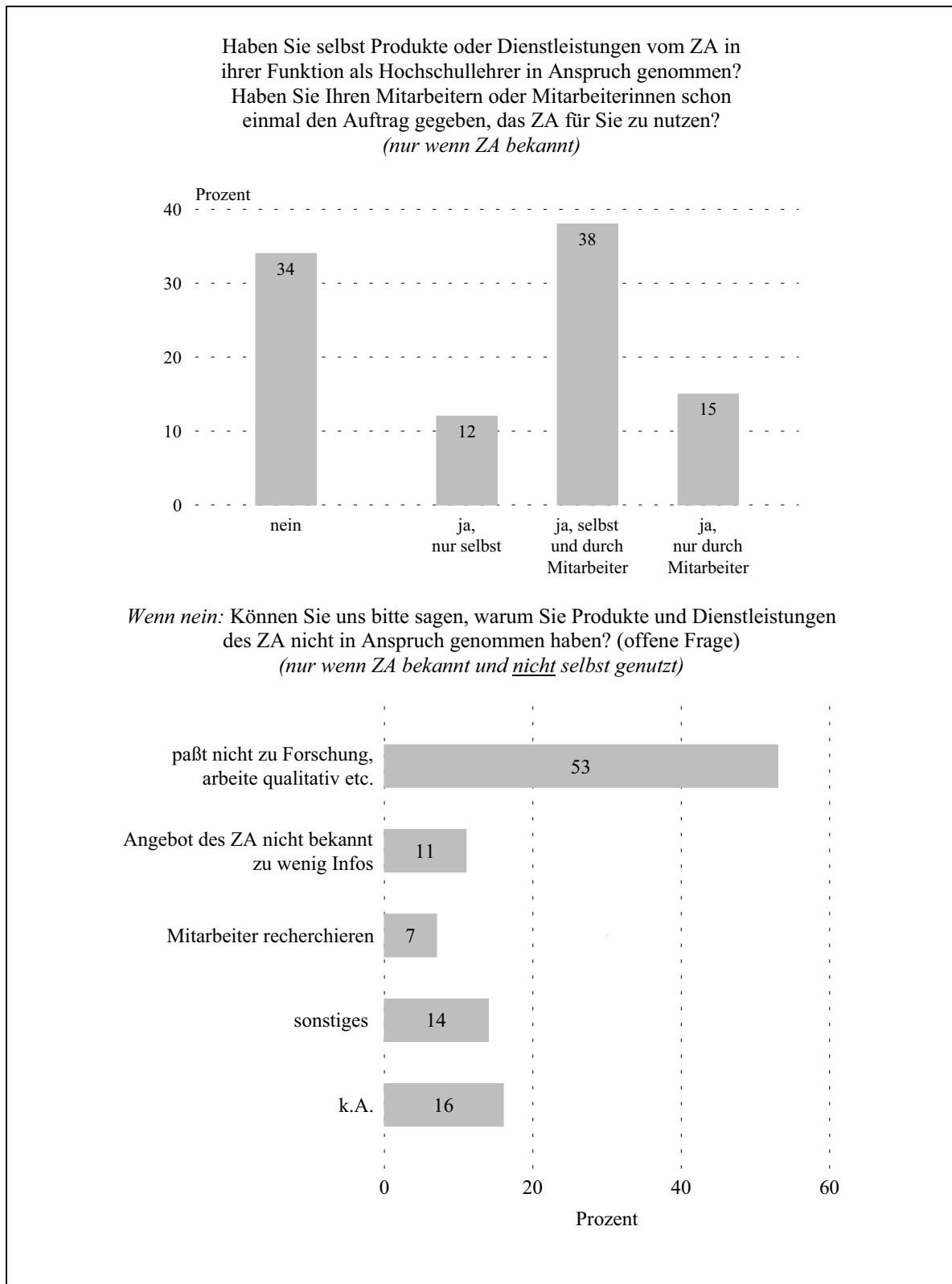


## 2. Die Nutzung des Zentralarchivs

Die Bekanntheit des Zentralarchivs für Empirische Sozialforschung an der Universität zu Köln (ZA) sagt noch nichts über den Umfang der Nutzung seiner Produkte und Dienstleistungen aus. Diejenigen Personen, die das Zentralarchiv zumindest dem Namen nach kennen, wurden folglich außerdem danach gefragt, ob sie die Leistungen des Zentralarchivs denn auch nutzen. Dabei zeigt sich, dass ungefähr zwei Drittel der Soziologieprofessorinnen und -professoren, die das Zentralarchiv kennen, auch bereits seine Leistungen in Anspruch genommen haben. Immerhin 50 Prozent von ihnen haben dabei die Leistungen des Zentralarchivs *selbst* in Anspruch genommen, während 15 Prozent dies ausschließlich über ihre Mitarbeiter taten. 38 Prozent nutzen das Zentralarchiv sowohl selbst als auch über ihre Mitarbeiter.

Ein Drittel der Soziologieprofessorinnen und -professoren haben die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs in ihrer Funktion als Hochschullehrer bislang *nicht* in Anspruch genommen. Von denjenigen Befragten, die das Zentralarchiv nicht *selbst* nutzen, geben 53 Prozent als Grund der Nicht-Inanspruchnahme an, dass sie nicht empirisch arbeiten und die Produkte und Dienstleistungen für sie folglich auch nicht von besonderer Wichtigkeit sind. Nur 11 Prozent hingegen geben an, über die Dienstleistungen des Zentralarchivs nicht ausreichend informiert zu sein und es deswegen bislang nicht genutzt zu



**Abbildung 2:** Die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs

haben. Weitere 7 Prozent geben als Grund an, den Kontakt mit dem Zentralarchiv auf ihre Mitarbeiter zu delegieren. Sonstige Gründe werden von 14 Prozent der Befragten genannt

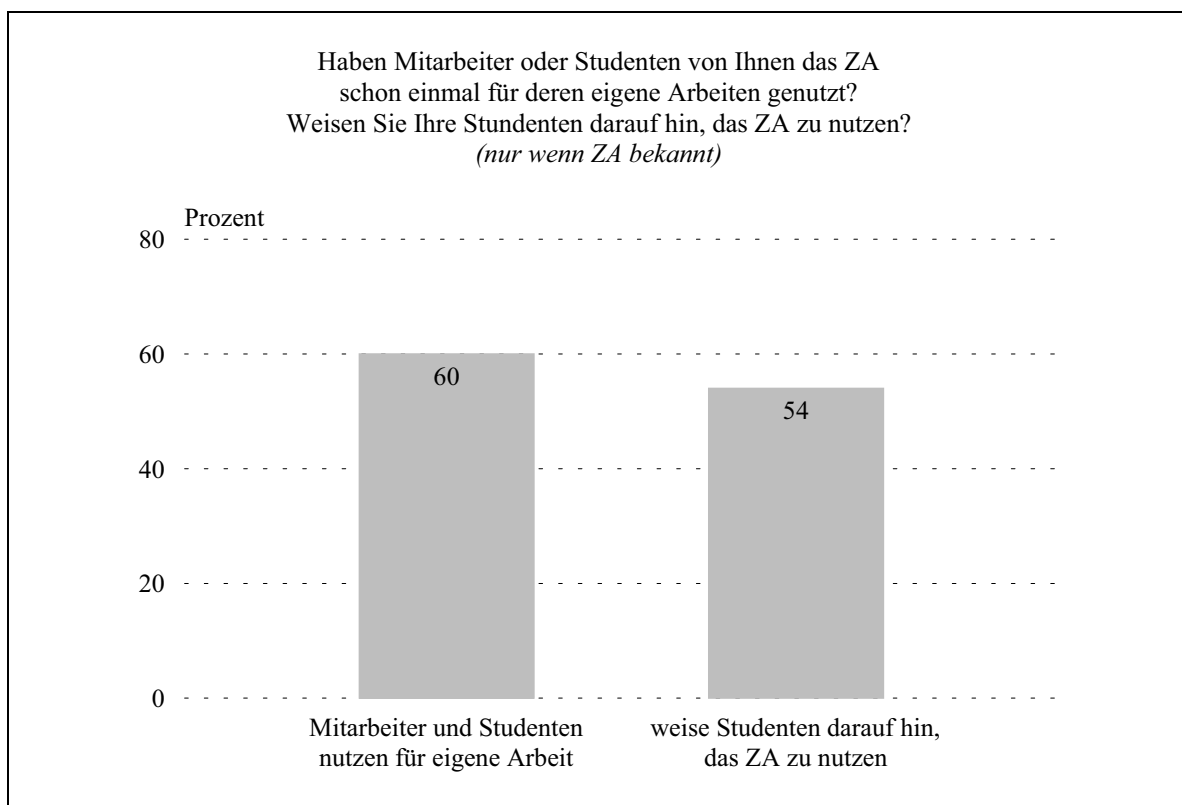
und weitere 16 Prozent sind nicht in der Lage, einen eindeutigen Grund dafür anzugeben, warum sie das Zentralarchiv bislang nicht genutzt haben.

Alle in den nachfolgenden Kapiteln analysierten Fragen wurden jeweils nur noch denjenigen Professorinnen und Professoren gestellt, die das Zentralarchiv kennen und es bereits *selbst* genutzt haben. Nur sie können nämlich über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs kompetent Auskunft geben.

Die Soziologieprofessorinnen und -professoren wurden außerdem danach gefragt, ob ihre Mitarbeiter und Studenten ihres Wissens nach die Dienstleistungen des Zentralarchivs nutzen. Hier geben 60 Prozent der Befragten zu Protokoll, dass dies der Fall sei. Die wahrgenommene Nutzungsquote durch Studenten und Mitarbeiter liegt also etwas niedriger als die von den Professorinnen und Professoren für sich selbst berichtete Nutzungsquote, die 65 Prozent beträgt.

Ein wichtiger Weg, über den Studenten vom Dienstleistungsangebot des Zentralarchivs erfahren können, ist entsprechende Werbung durch die Professoren. Dementsprechend wurde auch danach gefragt, ob die befragten Hochschullehrerinnen und -lehrer ihre Studenten darauf hinweisen, das Zentralarchiv zu nutzen. Dies ist bei 54 Prozent der Befragten der Fall.

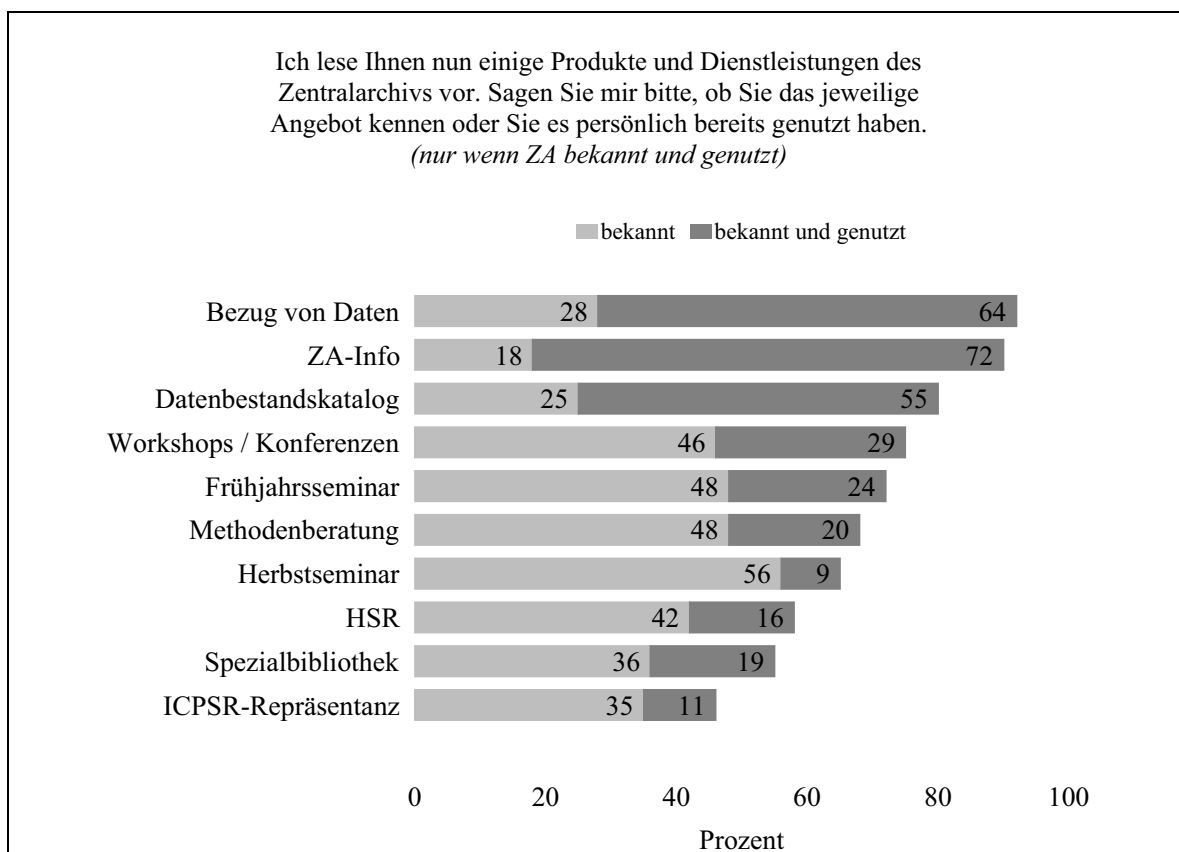
**Abbildung 3:** Die Nutzung des Zentralarchivs durch Mitarbeiter und Studenten



### 3. Die Bekanntheit und Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen

Wie bekannt sind nun aber die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im Einzelnen und wie häufig werden sie genutzt? Am bekanntesten ist erwartungsgemäß die eigentliche Kerndienstleistung des Zentralarchivs, der Datenservice. Er ist 92 Prozent der Befragten bekannt und 64 Prozent haben ihn bereits genutzt. Über die höchste Nutzungsquote aber verfügt die Hauszeitschrift „ZA-Information“. Immerhin 72 Prozent der Soziologieprofessorinnen und -professoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz haben sie bereits genutzt, 90 Prozent ist sie bekannt. Es folgt der Datenbestandskatalog, der über eine Bekanntheitsquote von 80 und eine Nutzungsquote von 55 Prozent verfügt.

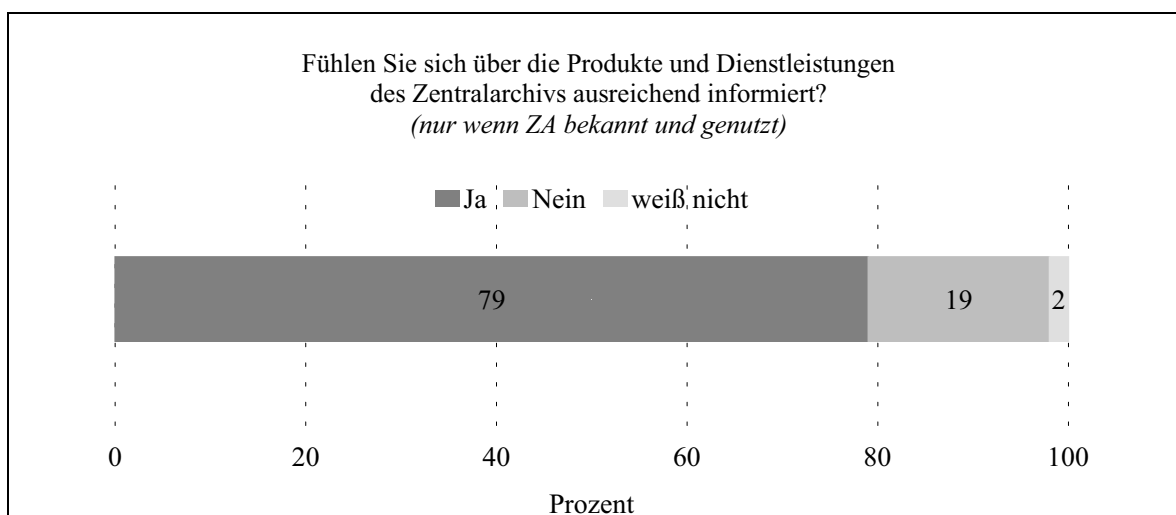
**Abbildung 4:** Die Bekanntheit und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs im einzelnen



Alle nachfolgenden Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs fallen gegenüber den bislang berichteten in ihrer Nutzungsquote deutlich ab. Workshops und Konferenzen des Zentralarchivs kennen 75 Prozent der Befragten, aber nur 29 Prozent haben sie bereits genutzt. Das Frühjahrsseminar, ein Weiterbildungsangebot, das sich an Postgraduierte wendet, kommt auf eine Bekanntheitsquote von 72 und eine Nutzungsquote von 24 Prozent. Die Methodenberatung durch das Zentralarchiv ist 68 Prozent der Befragten bekannt, 20 Prozent haben sie bereits genutzt. Die entsprechenden Werte betragen für das Herbstseminar 65 bzw. 59 Prozent sowie für die Zeitschrift „Historical Social Research“ 58 bzw. 16 Prozent. Da sich diese beiden Angebote des Zentrums für Historische Sozialforschung (ZHSF) eigentlich an Historiker wenden, sind die genannten Bekanntheits- bzw. Nutzungsquoten unter Soziologieprofessorinnen und -professoren erstaunlich hoch. Die Spezialbibliothek „Empirische Sozialforschung“ des Zentralarchivs kennen 55 Prozent und 19 Prozent haben sie auch schon in Anspruch genommen. Dass das Zentralarchiv in Deutschland das International Consortium for Political and Social Research (ICPSR) repräsentiert, wissen schließlich immerhin noch 46 Prozent der Befragten und 11 Prozent haben das Zentralarchiv in dieser Funktion bereits auch konsultiert.

Fragt man abschließend noch danach, ob sich die befragten Hochschullehrerinnen und -lehrer der Soziologie ausreichend über das Dienstleistungsangebot des Zentralarchivs informiert fühlen, so bejahen dies 79 Prozent, während immerhin knapp 20 Prozent diese Frage verneinen.

**Abbildung 5:** Die Zufriedenheit mit der Information über die Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs



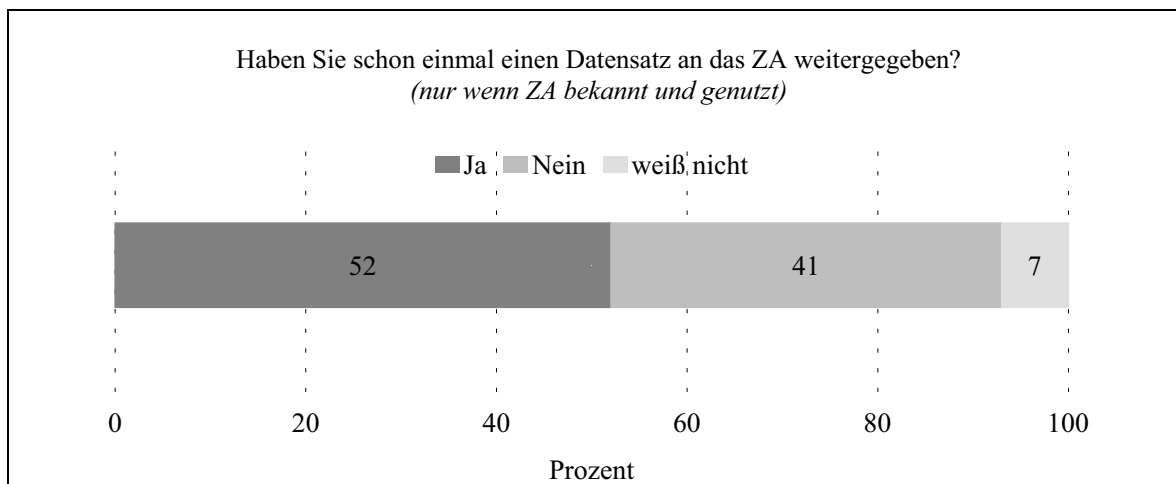
#### 4. Die Nutzung des ZA-Datenservice

Der Datenservice ist wie gesagt die Kerndienstleistung des Zentralarchivs. Im Rahmen der GESIS-Professorenbefragung wurde daher die Wahrnehmung, Nutzung und Bewertung dieser Dienstleistung besonders umfassend untersucht. Dabei wurden Fragen zur Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv, zur Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs sowie zum Bezug von Daten über das Zentralarchiv gestellt.

##### 4.1 Die Weitergabe von Datensätzen an das Zentralarchiv

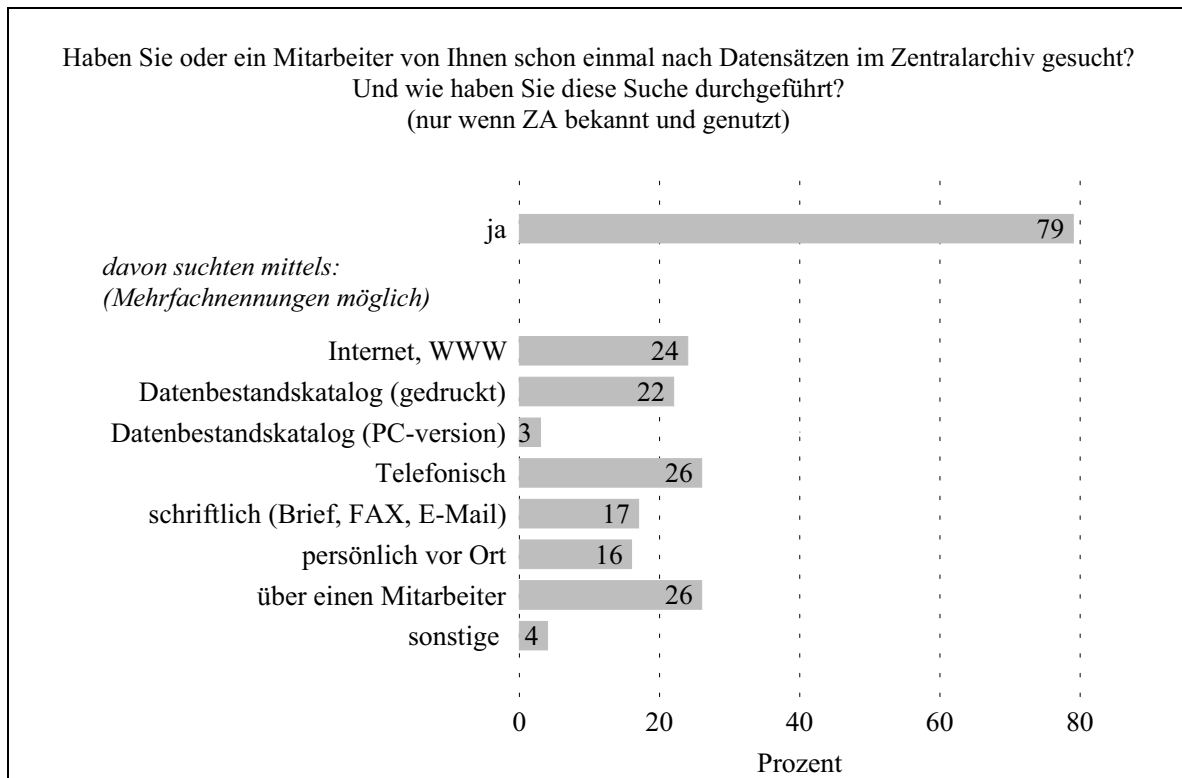
Ein Datenarchiv kann nur dann funktionieren, wenn auf Seiten der Wissenschaft auch die Bereitschaft besteht, die im Rahmen von Forschungsprojekten erhobenen Daten anschließend für die Archivierung zur Verfügung zu stellen. Im Rahmen der Befragung wurde daher danach gefragt, ob die befragten Professorinnen und Professoren schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das Zentralarchiv weitergegeben haben. Bei 52 Prozent der Befragten ist dies der Fall, 41 Prozent verneinen dies.

**Abbildung 6:** Weitergabe eines Datensatzes an das Zentralarchiv



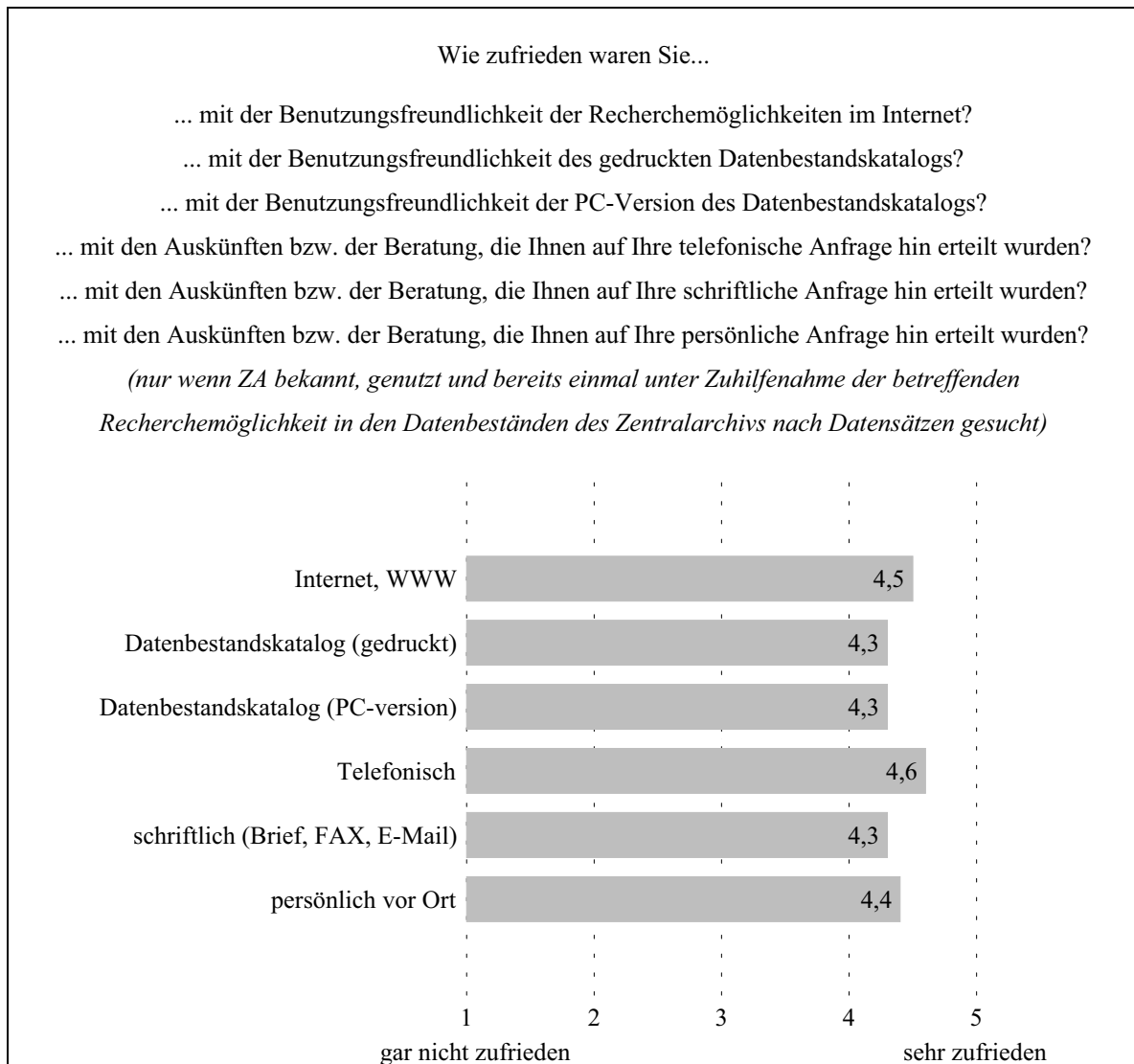
##### 4.2 Die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs

79 Prozent der Soziologieprofessorinnen und -professoren, die das Zentralarchiv kennen und bereits einmal genutzt haben, haben auch schon einmal selbst oder über einen Mitarbeiter in den Datenbeständen des Zentralarchivs nach einem Datensatz gesucht. 24 Prozent nutzten dabei das Internet-Angebot des Zentralarchivs, 22 Prozent den gedruckten Datenbestandskatalog und 3 Prozent die PC-Version des Datenbestandskatalogs. 26 Prozent traten telefonisch mit dem Zentralarchiv in Kontakt, weitere 17 Prozent schriftlich, d.h. entweder über Brief, Fax oder E-Mail. 16 Prozent der Befragten erschienen gar persönlich im

**Abbildung 7:** Art der Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs

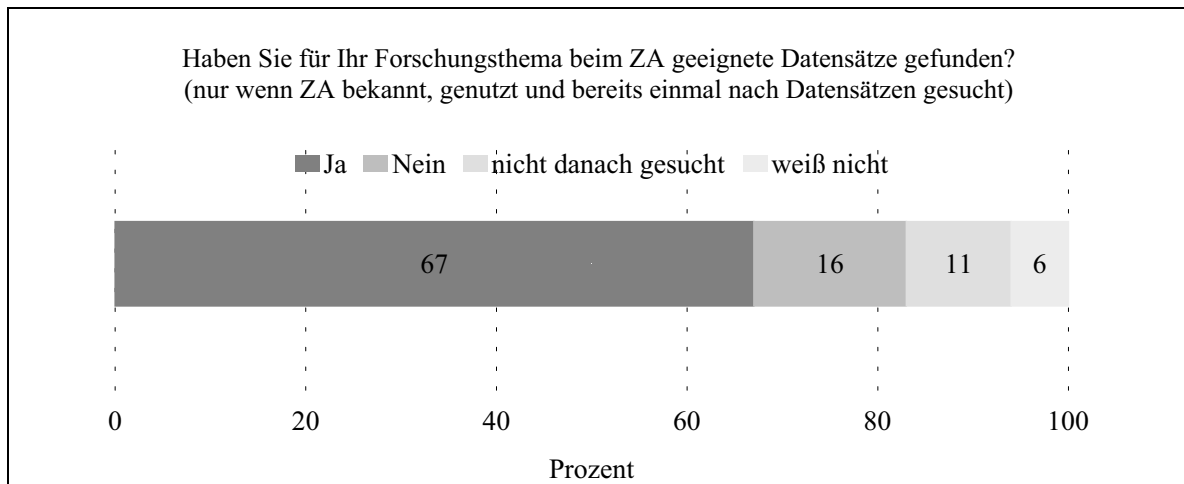
Zentralarchiv, um sich über das Datenangebot zu informieren. 26 Prozent der Professoren führten die Recherche über einen Mitarbeiter durch.

Die befragten Professorinnen und Professoren waren dabei unabhängig von der konkret gewählten Recherchemöglichkeit mit deren Qualität im Durchschnitt eher zufrieden. Darum gebeten, auf einer fünfstufigen Skala anzugeben, wie zufrieden sie mit den von ihnen konkret genutzten Recherchemöglichkeiten jeweils waren, ergeben sich durchschnittliche Bewertungen zwischen 4,3 und 4,6. Am besten schneidet dabei die telefonische Beratung ab, während der Datenbestandskatalog und die Bearbeitung schriftlicher Anfragen geringfügig schlechter beurteilt werden. Insgesamt liegen die Bewertungen im Durchschnitt sehr nahe bei der Bestnote.

**Abbildung 8:** Die Zufriedenheit mit den verschiedenen Recherchemöglichkeiten

Unabhängig von der Zufriedenheit mit den vom Zentralarchiv angebotenen Recherchemöglichkeiten stellt sich natürlich die Frage, ob die Professorinnen und Professoren im Datenbestand letztlich fündig wurden, ob sie also einen für ihr Forschungsthema geeigneten Datensatz finden konnten. Dies wird von 67 Prozent der Befragten bejaht, 16 Prozent verneinen diese Frage und weitere 11 Prozent geben an, bisher nicht im Zentralarchiv nach einem solchen Datensatz gesucht zu haben.

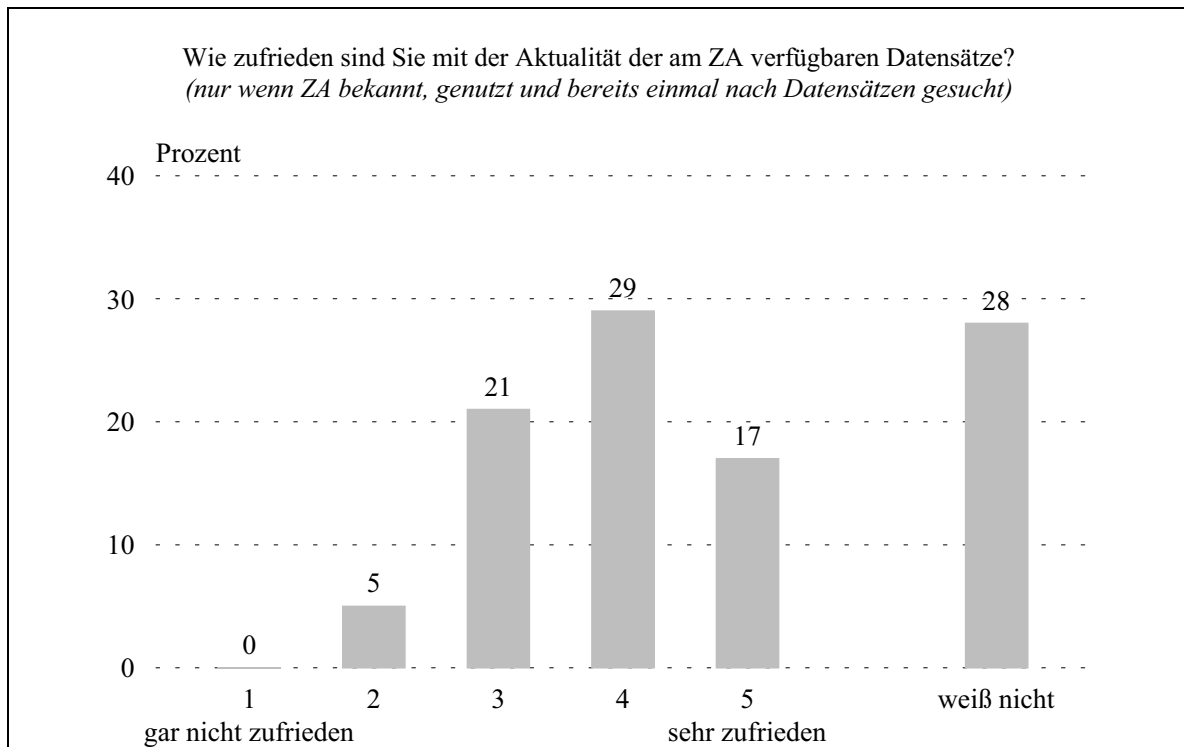
**Abbildung 9:** Geeignetheit der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze für die Forschung



Neben der Geeignetheit der am Zentralarchiv verfügbaren Daten für das jeweilige Forschungsthema ist außerdem auch deren Aktualität ein wichtiges Beurteilungskriterium. Es geht dabei im Kern um die Frage, ob die Daten hinreichend schnell durch das Zentralarchiv der Forschung zugänglich gemacht werden. 28 Prozent der Befragten geben dabei an, dies nicht beantworten zu können. Weitere 29 Prozent der Befragten wählen auf der fünfstufigen Zufriedenheitsskala von gar nicht zufrieden (1) bis sehr zufrieden (5) den Wert 4 und weitere 17 Prozent den Maximalwert 5. Insgesamt herrscht bezüglich der Aktualität der vom Zentralarchiv angebotenen Datensätze also eher Zufriedenheit vor.

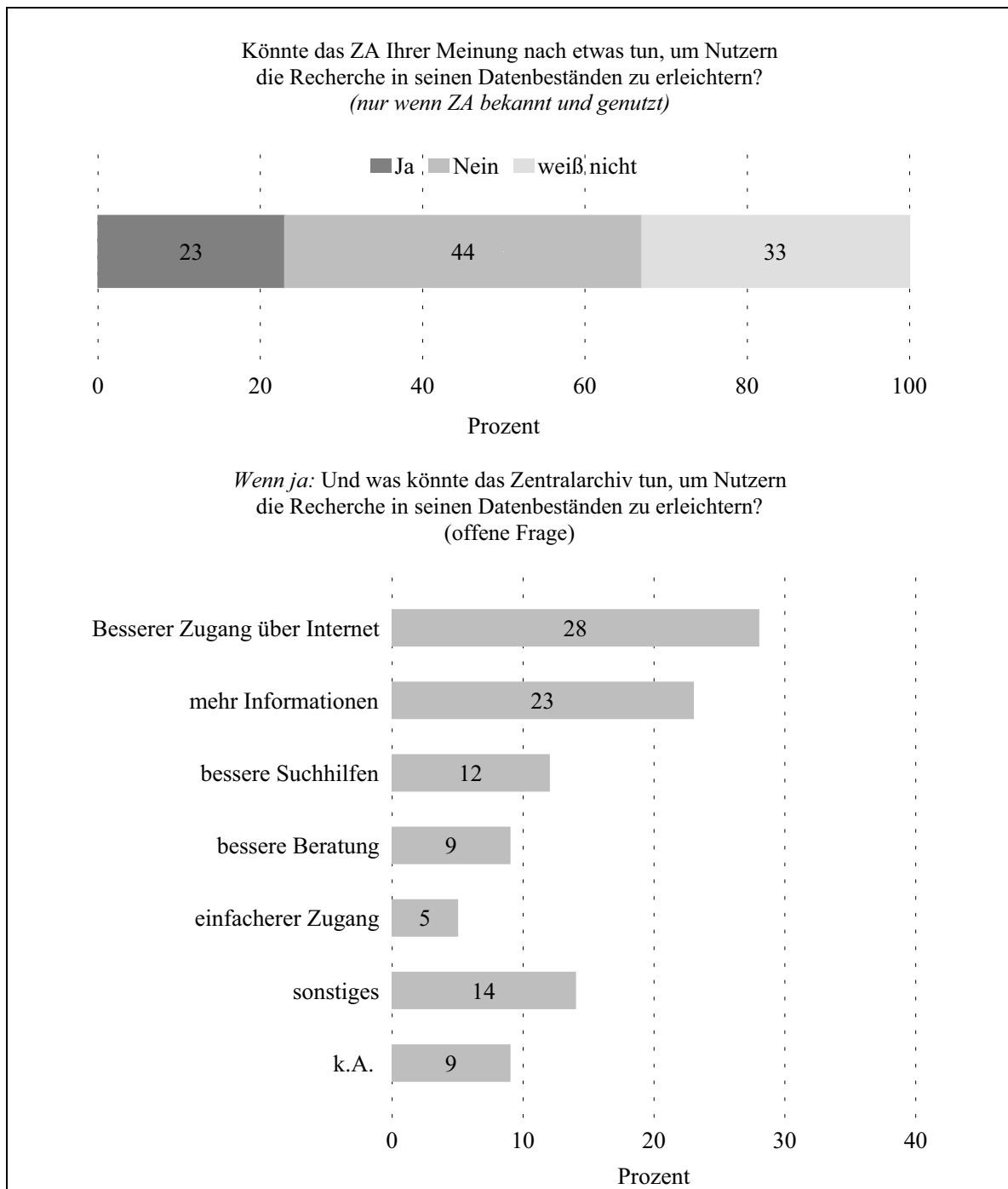


**Abbildung 10:** Zufriedenheit mit der Aktualität der am Zentralarchiv verfügbaren Datensätze



Danach gefragt, ob sie eine Möglichkeit sehen, wie den Nutzern die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs erleichtert werden könnte, geben 23 Prozent der Soziologieprofessorinnen und -professoren an, dass dies der Fall sei. 44 Prozent verneinen diese Frage und weitere 33 Prozent können sie nicht beantworten. Von denjenigen Befragten, die eine solche Verbesserungsmöglichkeit sehen, geben wiederum 28 Prozent an, die Zugangs- und Recherchemöglichkeiten im Internet sollten erweitert werden. Insbesondere wird hier die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen genannt. 23 Prozent wünschen sich mehr Informationen über die Produkte, Dienstleistungen und Datensätze des Zentralarchivs und verlangen dabei insbesondere eine „proaktive“ Informationspolitik. 12 Prozent wünschen sich bessere Suchhilfen, 9 Prozent eine intensivere persönliche Beratung sowie 5 Prozent einen einfacheren administrativen Zugang zu den Daten des Zentralarchivs.

**Abbildung 11:** Möglichkeiten die Recherche in den Datenbeständen des Zentralarchivs zu erleichtern

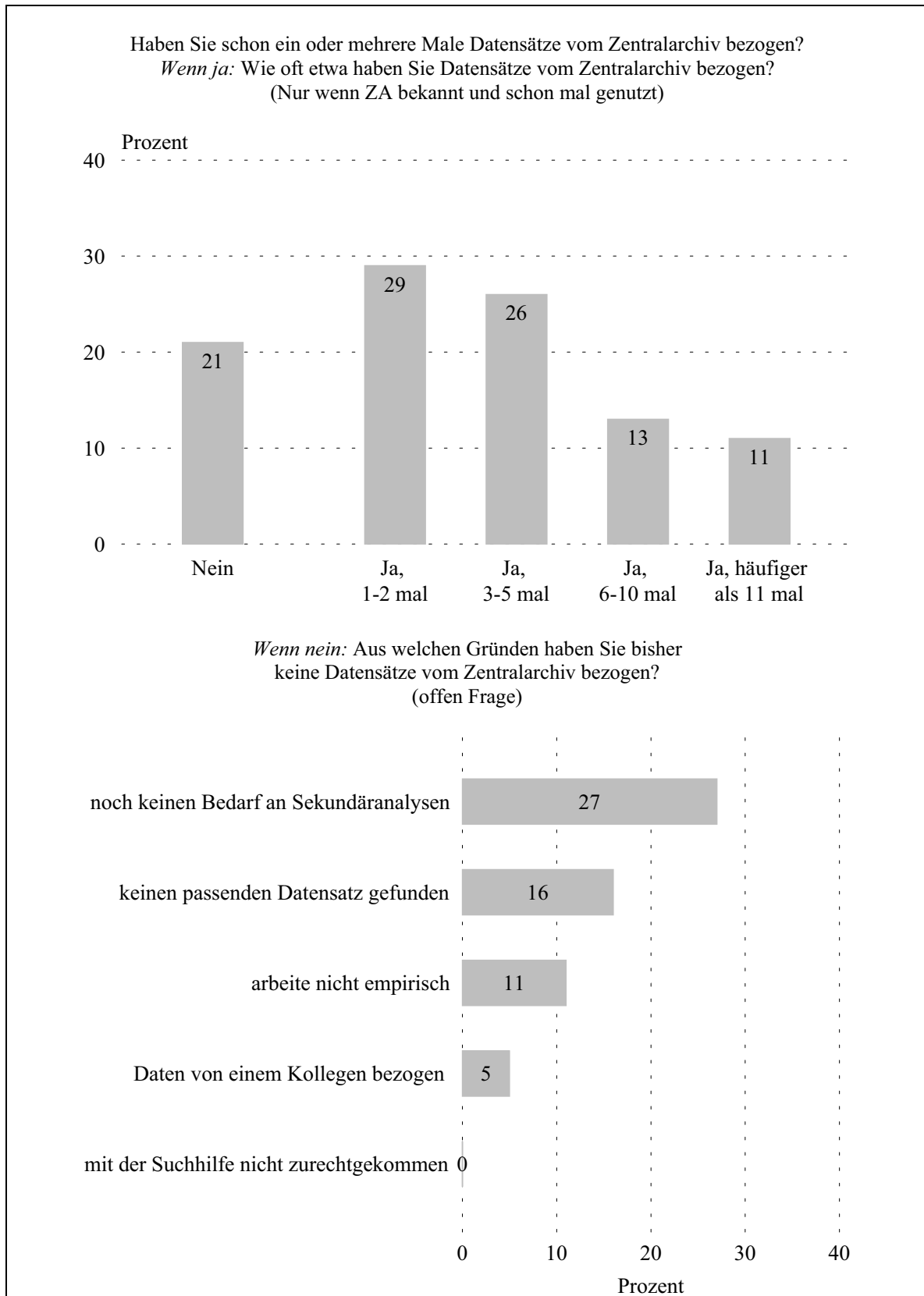


### 4.3 Der Bezug von Datensätzen über das Zentralarchiv

In welchem Umfang werden nun aber Datensätze aus dem Zentralarchiv von den befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren nachgefragt. 21 Prozent geben an, bislang keinen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen zu haben. Als Gründe hierfür nennen 27 Prozent dieser Personen den fehlenden Bedarf an Sekundäranalysen, weitere 16 Prozent geben an, im Zentralarchiv keinen für ihre Bedürfnisse passenden Datensatz gefunden zu haben und 11 Prozent sagen kategorisch, dass sie nicht empirisch arbeiten. 5 Prozent schließlich haben die Daten über einen Kollegen bezogen und waren deshalb nicht auf das Zentralarchiv angewiesen. Kein einziger Befragter gab an, mit der vom Zentralarchiv angebotenen Suchhilfe nicht zurechtgekommen zu sein und deshalb keinen Datensatz bezogen zu haben.

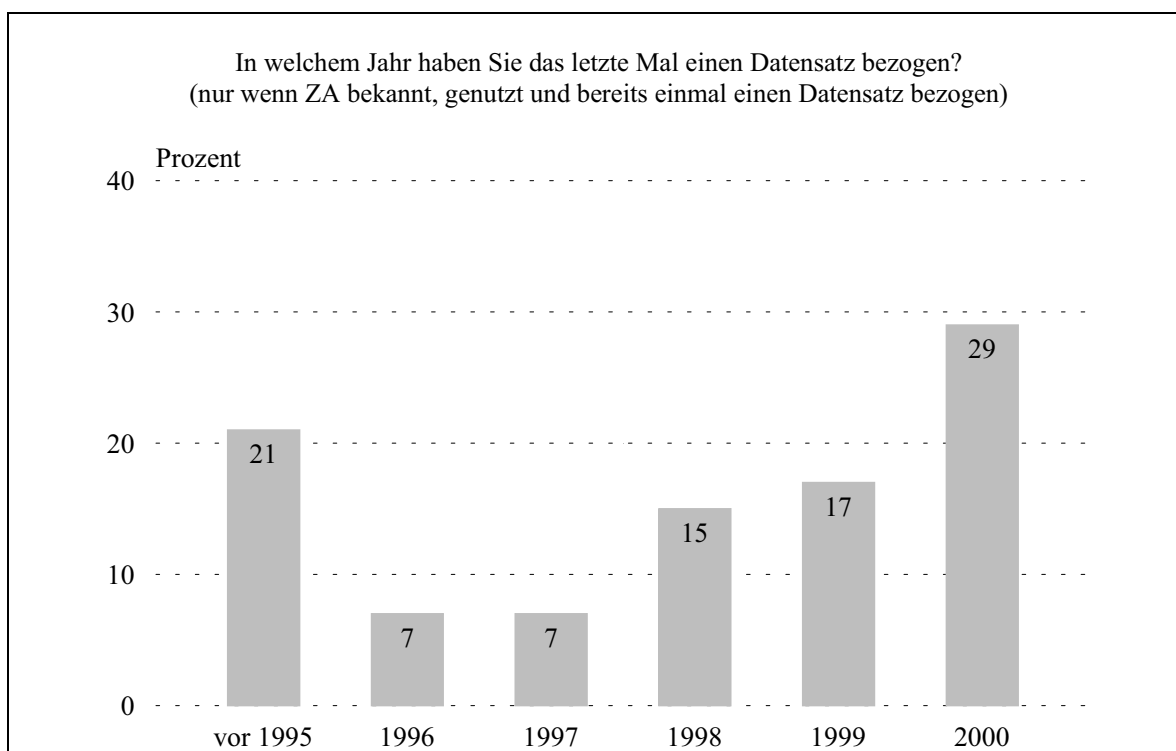
Insgesamt 79 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben schon einmal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen, wobei 29 Prozent dies bislang nur 1-2 mal taten, 26 Prozent 3-5 mal und weitere 13 Prozent 6-10 mal. Zur Gruppe der „heavy user“, die bereits mehr als 11 mal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen haben, gehören 11 Prozent der Befragten.

**Abbildung 12:** Häufigkeit des Bezugs von Datensätzen über das Zentralarchiv sowie Gründe der Nicht-Inanspruchnahme des ZA-Datenservice



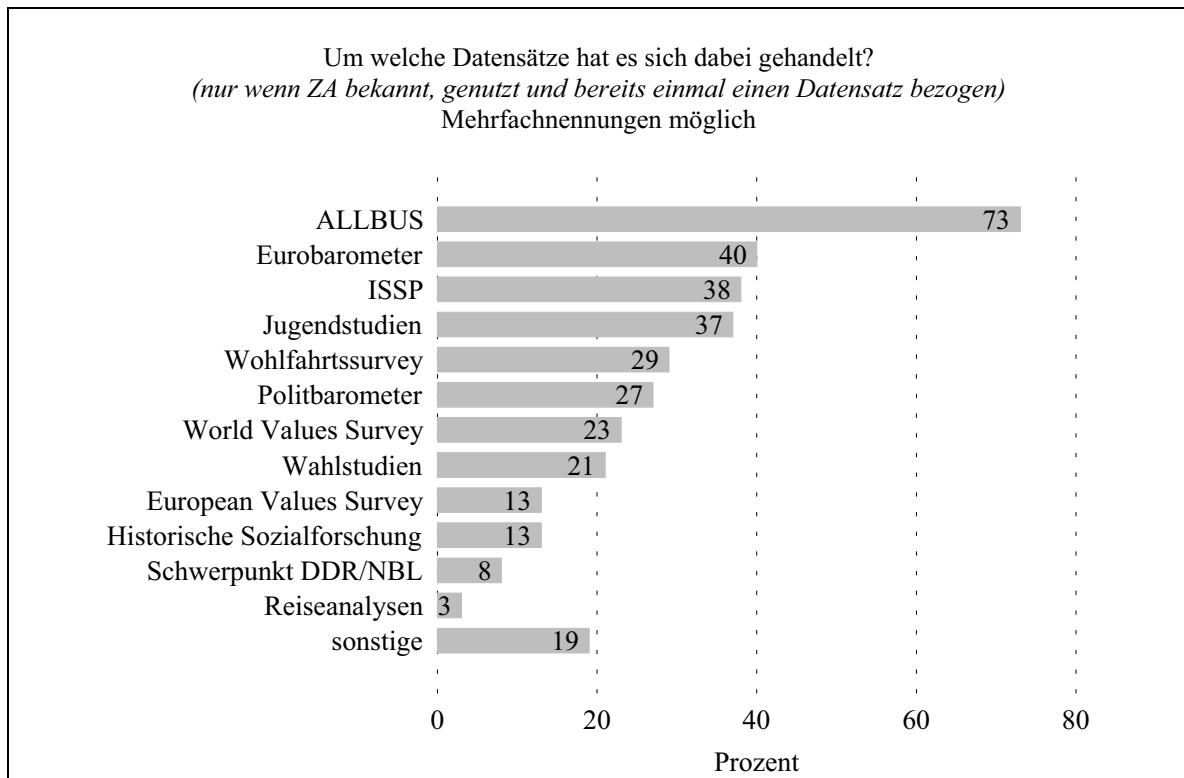
Die Inanspruchnahme des ZA-Datenservice durch die befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren liegt dabei nicht so weit in der Vergangenheit, als dass deren Urteile nicht mehr als Messgrößen für die gegenwärtige Qualität der Produkte und Dienstleistungen des Zentralarchivs gelten könnten. Immerhin 29 Prozent der Befragten haben im Jahr 2000 – also dem Jahr, in dem die GESIS-Professorenbefragung durchgeführt wurde – einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen. Weitere 17 Prozent hatten zuletzt im Jahr 1999 und nochmals weitere 15 Prozent zuletzt im Jahr 1998 Daten über das Zentralarchiv bezogen. Bei 61 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren waren die Erfahrungen mit dem Datenservice des Zentralarchivs also nicht älter als maximal 2 Jahre.

**Abbildung 13:** Jahr des letzten Datenbezugs über das Zentralarchiv



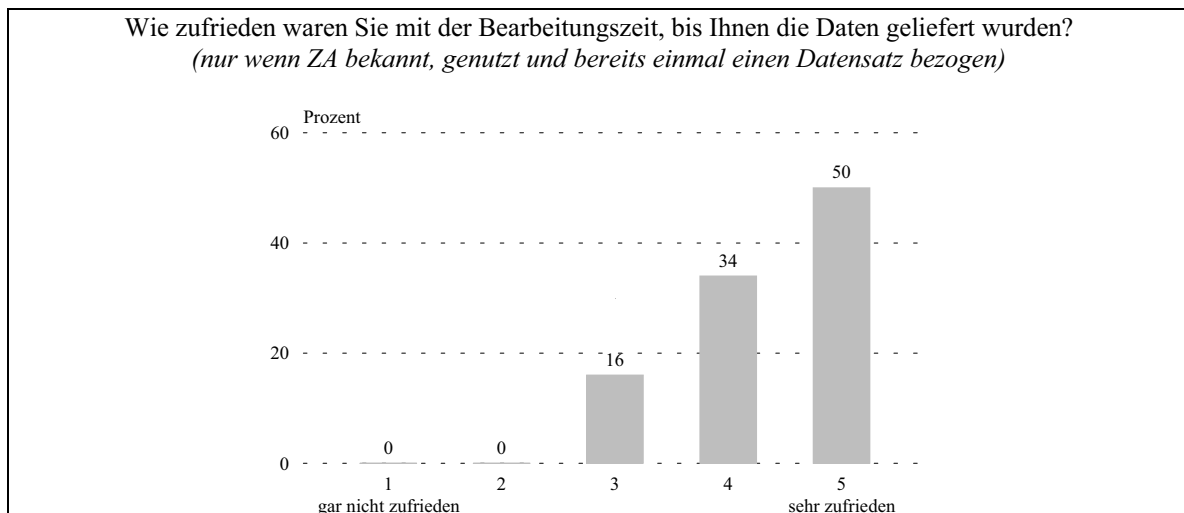
Derjenige Datensatz, der am häufigsten über das Zentralarchiv bezogen wird, ist der ALLBUS. 73 Prozent der Befragten, die bereits einmal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen haben, geben an, es habe sich bei einem dieser Datensätze um den ALLBUS gehandelt. Am zweithäufigsten werden die Eurobarometer nachgefragt, die auf eine Nutzungsquote von immerhin noch 40 Prozent kommen. Es folgen International Social Survey Programme, ISSP (38 Prozent), die Jugendstudien (37 Prozent), der Wohlfahrtssurvey (29 Prozent), das Politbarometer (27 Prozent), der World Values Survey (23 Prozent), die Wahlstudien (21 Prozent), der European Values Survey (13 Prozent), Daten der Historischen Sozialforschung (13 Prozent), Daten aus dem Schwerpunkt Ex-DDR/Neue Bundesländer (8 Prozent) sowie schließlich die Reiseanalysen mit 3 Prozent.

**Abbildung 14:** Die über das Zentralarchiv bezogenen Datensätze



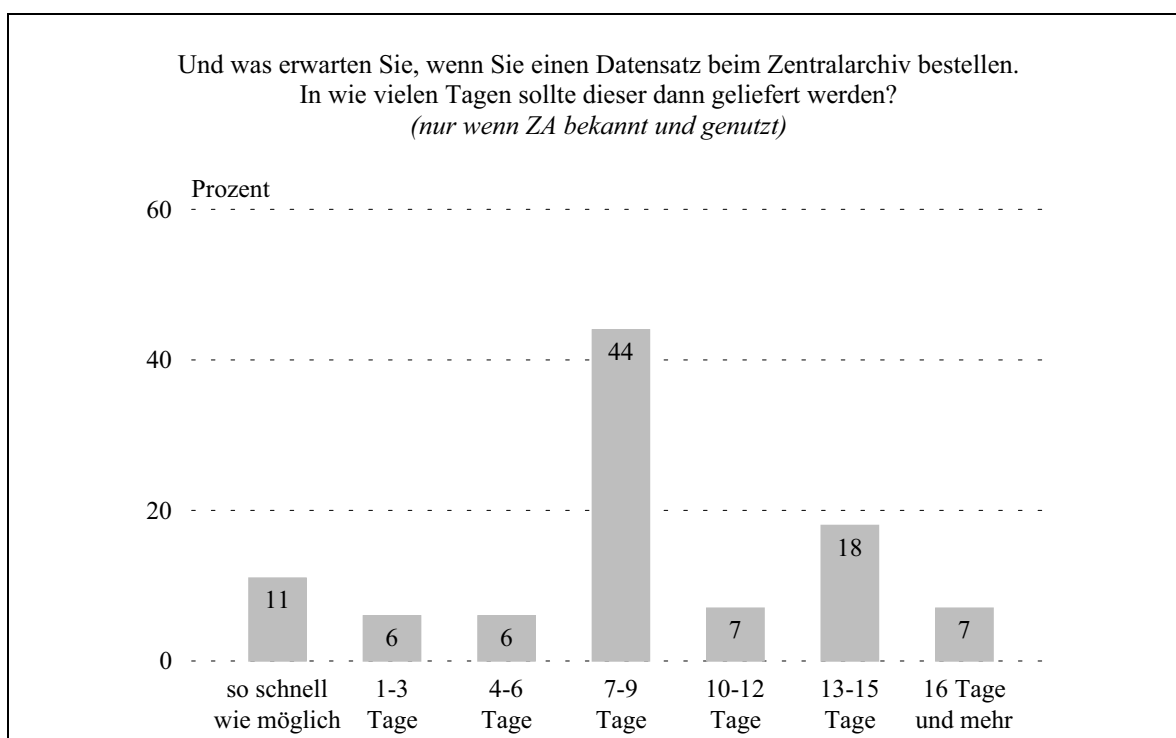
Diejenigen Befragten, die bereits einmal einen Datensatz über das Zentralarchiv bezogen haben, wurden außerdem gefragt, wie zufrieden Sie mit der Geschwindigkeit waren, mit der ihnen die Daten geliefert wurden. Hierbei zeigt sich eine ausgesprochen hohe Zufriedenheit: Immerhin 50 Prozent wählen den höchsten Wert auf der fünfstufigen Zufriedenheitsskala und weitere 34 Prozent den zweithöchsten Wert. Die beiden schlechtesten Skalenwerte hingegen werden überhaupt nicht gewählt und der mittlere Skalenwert „3“ nur von 16 Prozent der Befragten.

**Abbildung 15:** Die Zufriedenheit mit der Schnelligkeit der Lieferung der Daten

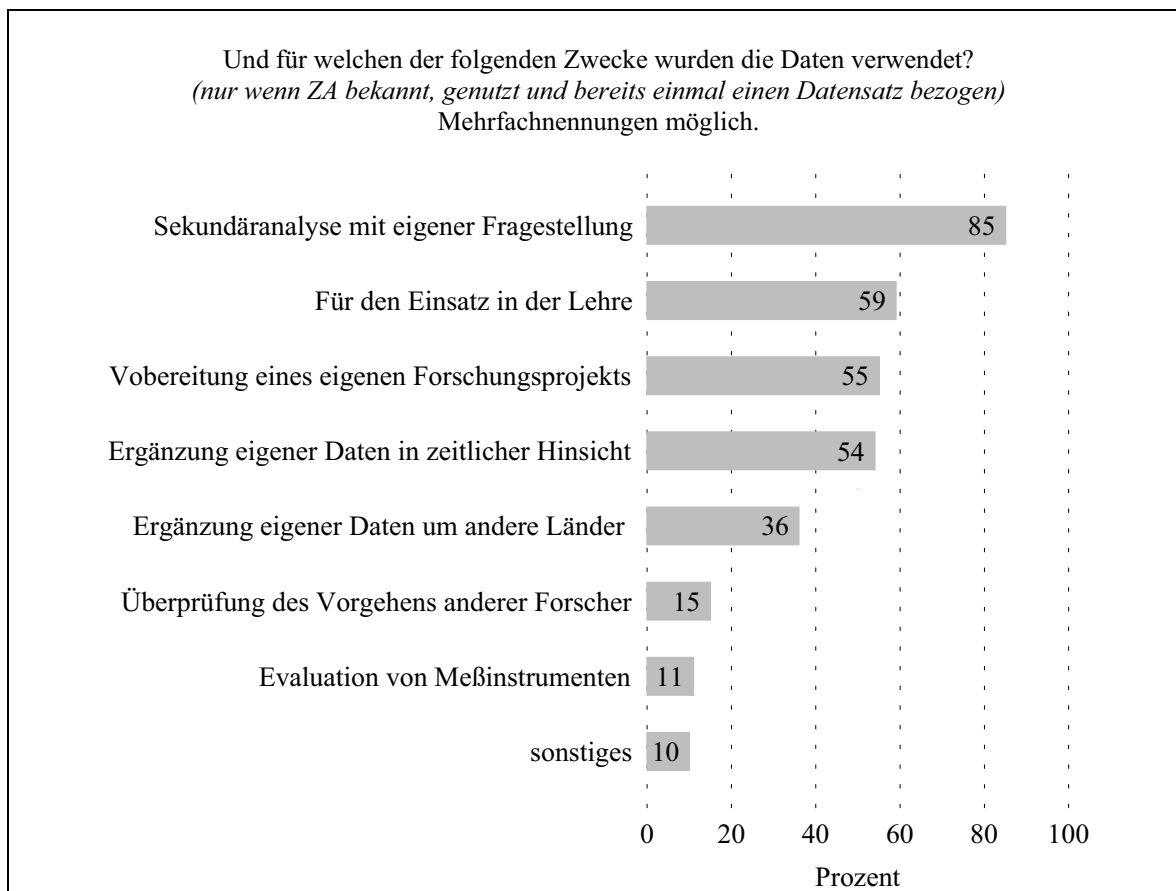


Um die Erwartungshaltung der Soziologieprofessorinnen und -professoren bezüglich der Schnelligkeit der Lieferung eines Datensatzes zu ermitteln, wurde außerdem danach gefragt, in wie vielen Tagen nach der Bestellung das Zentralarchiv ihrer Meinung nach den gewünschten Datensatz liefern sollte. 11 Prozent der Befragten sagen dabei „so schnell wie möglich“, jeweils 6 Prozent geben dem Zentralarchiv 1 bis 3 bzw. 4 bis 6 Tage Zeit. 44 Prozent allerdings erwarten die Lieferung durch das Zentralarchiv erst nach 7-9 Tagen. 10-12 Tage kann sich das Zentralarchiv nach Meinung von 7 Prozent der Befragten Zeit lassen und immerhin noch 18 Prozent der Befragten sind auch mit einer Lieferung nach 13-15 Tagen noch zufrieden. Mehr als 16 Tage Zeit könnte sich das Zentralarchiv mit der Lieferung nach Meinung von weiteren 7 Prozent der Befragten lassen.

**Abbildung 16:** Erwartete Schnelligkeit der Lieferung eines Datensatzes



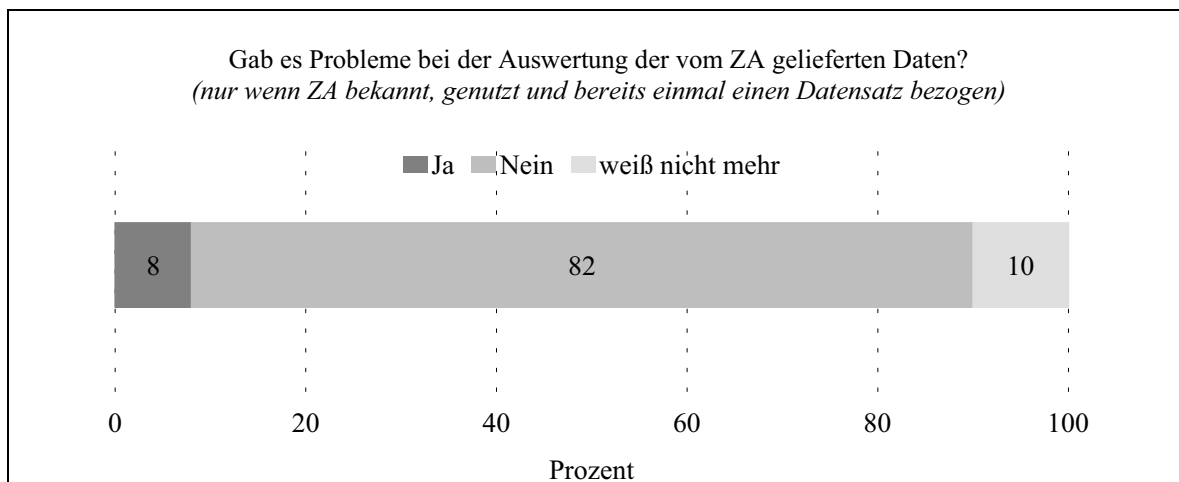
Für welche Zwecke aber werden die über das Zentralarchiv bezogenen Daten letztlich genutzt? Auch dieser Frage wurde im Rahmen der hier berichteten Professorenbefragung nachgegangen. Es zeigt sich, dass 85 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren die Daten für Sekundäranalysen mit eigenen Fragestellungen verwenden. Weitere 59 Prozent verwenden sie für den Einsatz in der Lehre und 55 Prozent für die Vorbereitung eines eigenen Forschungsprojekts. 54 Prozent verwenden die Daten des Zentralarchivs um eigene Daten in zeitlicher Hinsicht zu ergänzen, 36 Prozent zur Ergänzung eigener Daten um einen internationalen Vergleich. 15 Prozent intendieren die Überprüfung des Vorgehens anderer Forscher und 11 Prozent beabsichtigen schließlich eine Evaluation von Messinstrumenten durchzuführen.

**Abbildung 17:** Nutzungszwecke der vom Zentralarchiv gelieferten Daten

Als Minimalanforderung an die durch das Zentralarchiv zur Verfügung gestellten Datensätze sollte gelten, dass diese von den Nutzern problemlos ausgewertet werden können. Die befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren, die schon einmal Daten vom Zentralarchiv bezogen haben, wurden also außerdem gebeten anzugeben, ob die Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten mit Problemen verbunden war. 82 Prozent der Befragten gaben auf diese Frage hin an, dass die Auswertung der Daten problemlos möglich gewesen sei, während nur bei 8 Prozent der Befragten Probleme auftraten. 10 Prozent konnten sich nicht mehr daran erinnern, ob die Auswertung der Daten mit Problemen verbunden war.

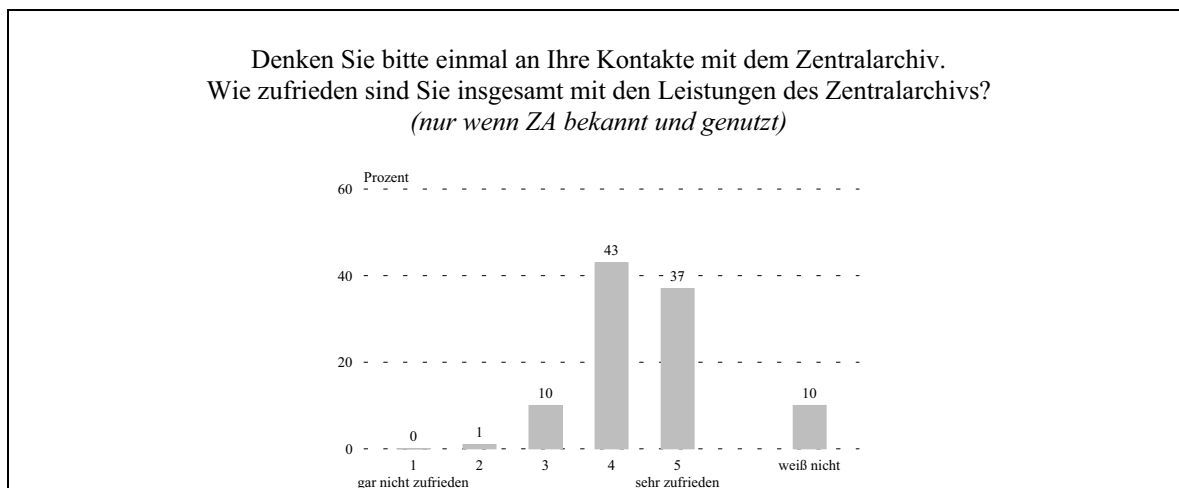
Die Befragten, bei denen Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten auftraten, wurden außerdem im Rahmen einer offenen Frage gebeten, diese Probleme zu beschreiben. Die Befragten gaben dabei in erster Linie eine in ihren Augen unzureichende Dokumentation der Datensätze zu Protokoll.



**Abbildung 18:** Probleme bei der Auswertung der vom Zentralarchiv gelieferten Daten

## 5. Die Bewertung des Zentralarchivs

Wie zufrieden sind die befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nun aber insgesamt mit dem Zentralarchiv? All diejenigen, die das Zentralarchiv kennen und bereits einmal selbst eine Dienstleistung des Zentralarchivs in Anspruch genommen haben, wurden gebeten, ihre Erfahrungen mit dem Zentralarchiv auf einer fünfstufigen Zufriedenheitsskala summarisch zu bilanzieren. Immerhin 37 Prozent der Befragten wählen dabei mit der „5“ den höchsten Zufriedenheitswert. Weitere 43 Prozent wählen mit der „4“ die zweitbeste Bewertung. Eine nur durchschnittliche Bewertung vergaben mit der „3“ noch 10 Prozent, während die beiden Werte „1“ und „2“, die Unzufriedenheit indizieren, nur von einem Prozent der Befragten gewählt wurden. 10 Prozent der Befragten trauten sich nicht zu, ein fundiertes Urteil über das Zentralarchiv abgeben zu können.

**Abbildung 19:** Die Zufriedenheit mit den Leistungen des Zentralarchivs insgesamt

## 6. Zukunftsaufgaben des Zentralarchivs

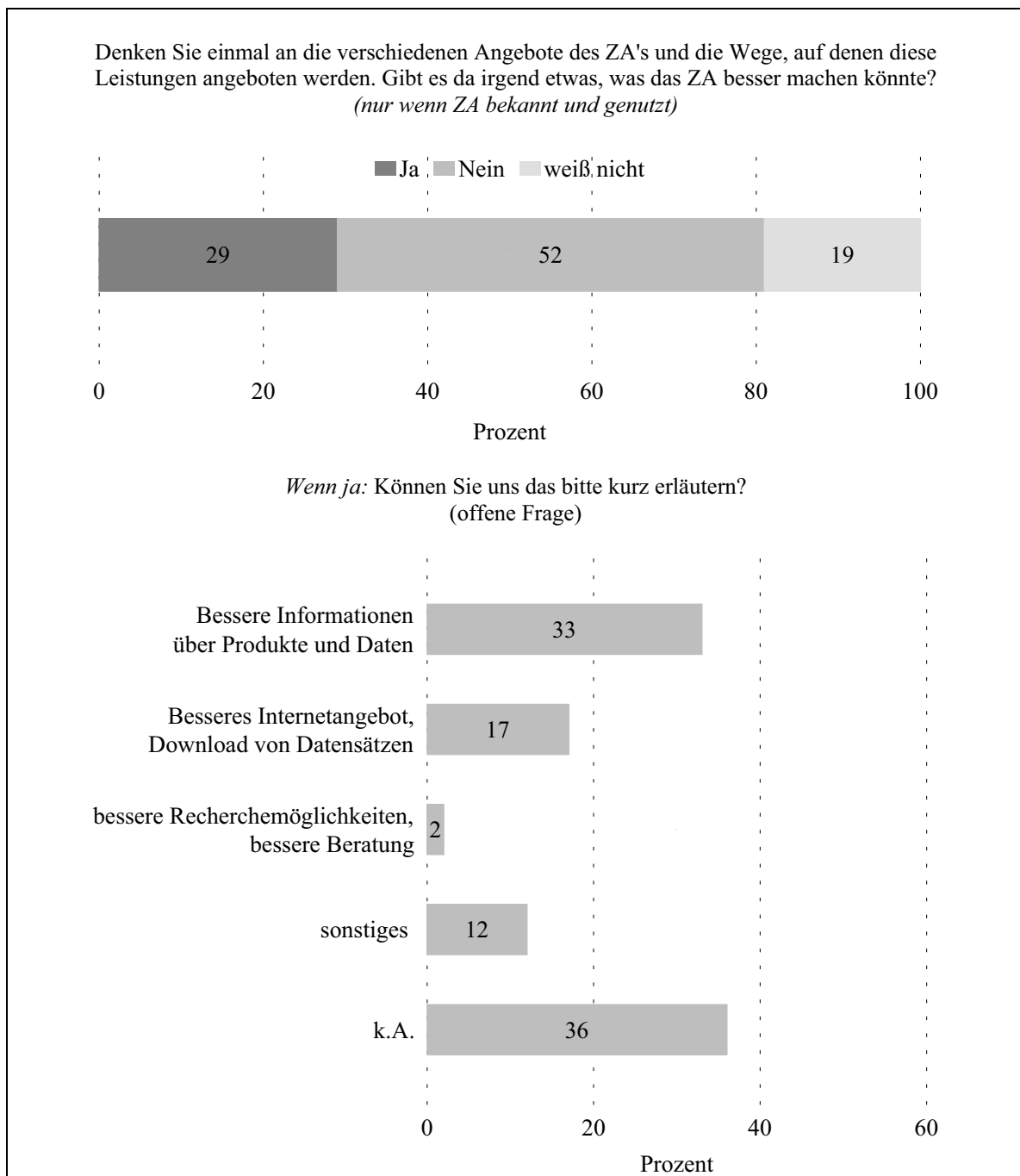
Auch nach möglichen Verbesserungen der Angebote des Zentralarchivs wurden die Soziologieprofessorinnen und -professoren befragt. 52 Prozent von ihnen gaben an, es gebe da nichts, was das Zentralarchiv besser machen könnte. Weitere 19 Prozent trauten sich nicht zu, dies zu beurteilen. 29 Prozent aber gaben an, es gebe durchaus Dinge, die das Zentralarchiv besser machen könne.

Auf Nachfrage nannten diese Personen im Rahmen einer offenen Frage konkret die folgenden Punkte: Mehr Informationen über die Produkte, Dienstleistungen und Datensätze des Zentralarchivs wünschten sich 33 Prozent, ein besseres Internetangebot sowie die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen nannten 17 Prozent und bessere Recherchemöglichkeiten sowie intensivere Beratung nannten schließlich 2 Prozent. In der Kategorie „sonstige“, die 12 Prozent der Nennungen umfasst, sind Vorschläge zusammengefasst, die jeweils nur einmal genannt wurden. Einige exemplarische Beispiele finden sich im folgenden Kasten.

- Wenn Daten erhoben wurden, sollten sie schneller verfügbar sein
- Besseres Format der Codebücher
- Es sollte eine Online-Datenbank geben
- ZA sollte das SOEP betreuen
- Stärkere Einwerbung internationaler Daten
- Ausweitung des Frühjahrsseminars in Richtung Essex/AnnArbor
- Dokumentation der Datensätze sollte besser sein
- mehr qualitative Forschung berücksichtigen
- Frühjahrs- und Herbstseminare sind zu lang

Immerhin 36 Prozent der Befragten die angaben, das Zentralarchiv könnte zukünftig etwas besser machen, konnten im Rahmen der offenen Nachfrage nicht konkretisieren, was genau das ZA ihrer Meinung nach besser machen sollte.

**Abbildung 20:** Möglichkeiten der Verbesserung des Leistungsangebots des Zentralarchivs

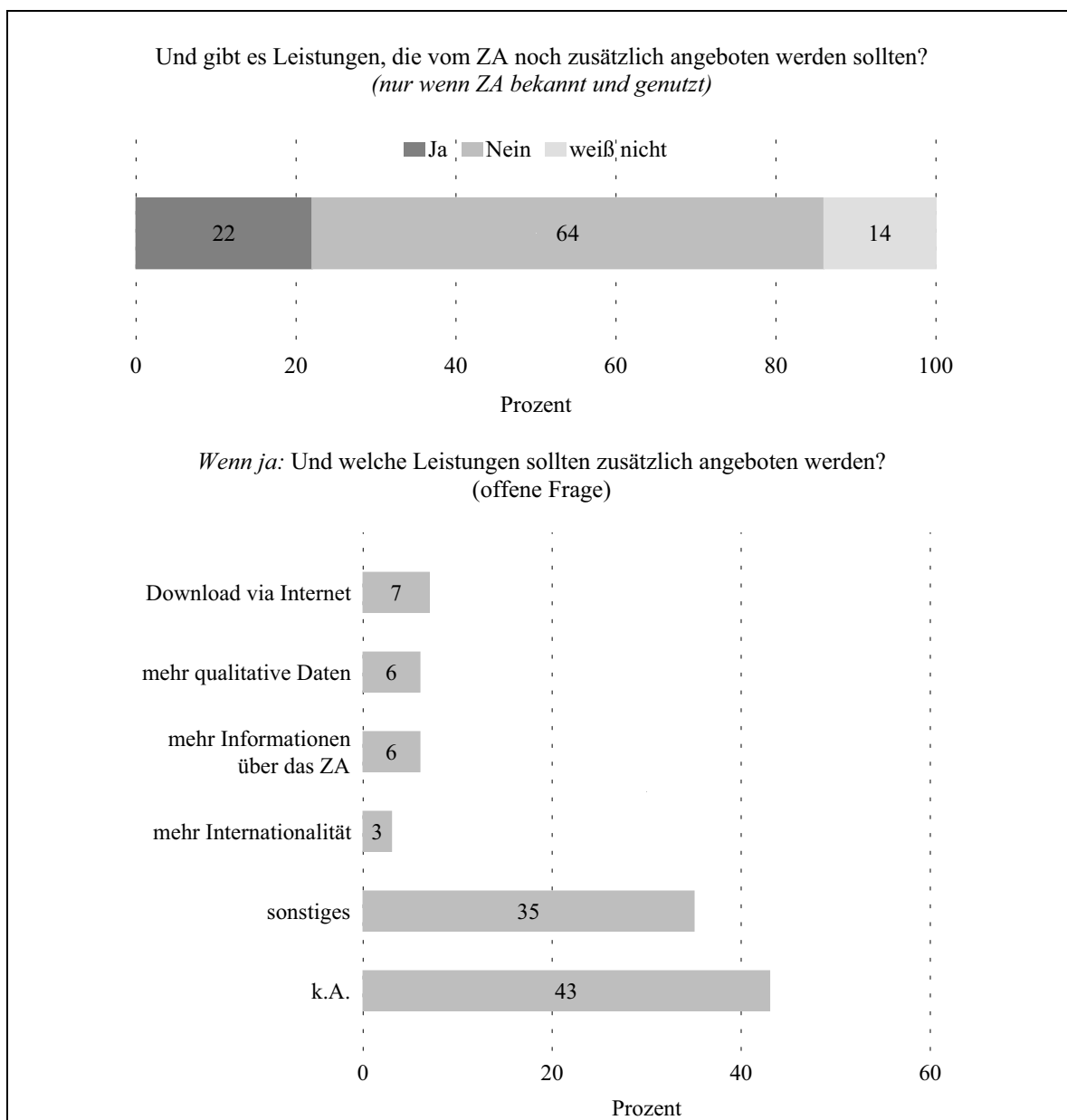


Die Frage, ob es Leistungen gibt, die vom Zentralarchiv noch zusätzlich angeboten werden sollten, wurde von 64 Prozent der befragten Soziologieprofessorinnen und -professoren verneint, 14 Prozent konnten keine Antwort geben und 22 Prozent der Befragten bejahten sie. Auf Nachfrage nannte letztgenannte Personengruppe den Download von Daten über das Internet (7 Prozent), die verstärkte Berücksichtigung qualitativer Daten (6 Prozent), mehr Informationen über das Zentralarchiv und seine Dienstleistungen sowie eine stärker internationale Ausrichtung (3 Prozent). In der Kategorie „sonstige“, die 35 Prozent der Nennungen umfasst, sind Vorschläge zusammengefasst, die jeweils nur einmal genannt wurden. Einige exemplarische Beispiele finden sich im folgenden Kasten.

- Zugeschnittene Datensätze zum jeweiligen Thema
- Schulung von studentischen Tutoren im Methodenbereich
- Spezialbibliothek sollte auch im Internet verfügbar sein
- mehr Softwareentwicklung
- SOEP sollte vom ZA angeboten werden
- Kostenfreiheit, Zugang zum Nulltarif im Sinne der Wissenschaftsfreiheit
- ISSP Datendokumentation sollte weitergeführt werden
- Fragebogendatenbank
- regelmäßige Evaluation von Trends
- prozessproduzierte Daten
- Mikrozensus
- Problemorientierter arbeiten. Nicht Datensätze anbieten, sondern auf Fragestellungen der Forscher eingehen

43 Prozent der Befragten die angaben, das Zentralarchiv sollte zusätzliche Leistungen anbieten, konnten im Rahmen der offenen Nachfrage allerdings nicht konkretisieren, was genau das ZA noch zusätzlich anbieten sollte.

**Abbildung 21:** Mögliche Ergänzungen des Spektrums der vom Zentralarchiv angebotenen Leistungen

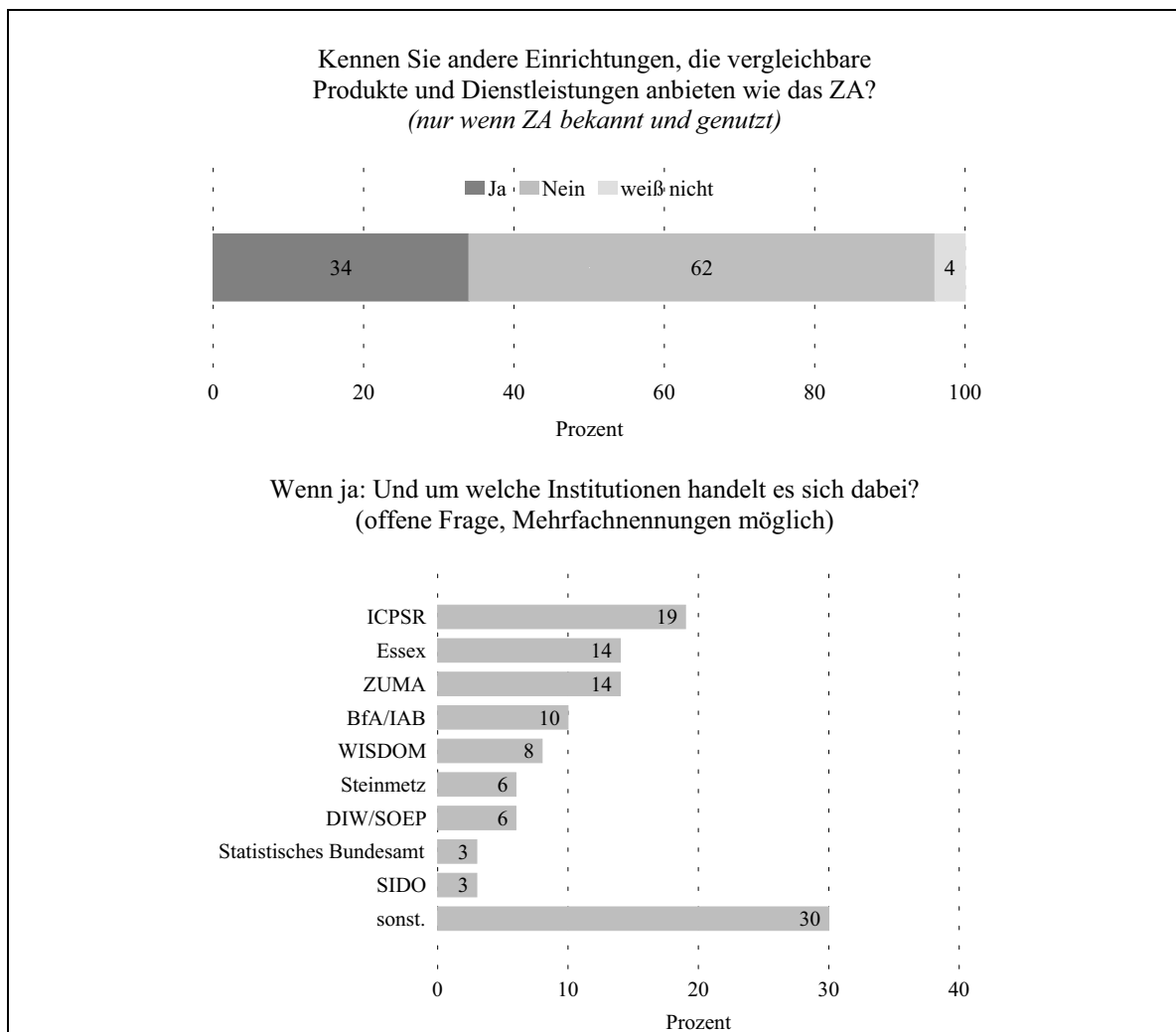


## 7. Alternativen zum Zentralarchiv

Die Soziologieprofessorinnen und -professoren wurden im Rahmen der Befragung außerdem gebeten anzugeben, ob sie andere Einrichtungen kennen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen wie das Zentralarchiv anbieten. 62 Prozent der Befragten ließen sich dahingehend ein, dass es keine solchen Einrichtungen gebe. 34 Prozent hingegen kannten solche Einrichtungen. Bei den Einrichtungen, die diese Befragten dann im Rahmen einer offenen Frage nannten, handelt es sich im wesentlichen um andere Datenarchive außerhalb von Deutschland. So wird beispielsweise mit 19 Prozent am häufigsten das ICPSR in den

USA genannt, gefolgt vom englischen Datenarchiv in Essex mit 14 Prozent. Mit WISDOM (8 Prozent), dem Steinmetz-Archiv (6 Prozent) und SIDO (3 Prozent) werden aber auch noch einige andere europäische Datenarchive genannt. Ebenfalls relativ häufig genannt (14 Prozent) wird mit ZUMA ein Partnerinstitut des Zentralarchivs innerhalb der GESIS. Eine nennenswerte Zahl von Nennungen erhalten darüber hinaus auch noch das Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) der Bundesanstalt für Arbeit (BfA) sowie die Projektgruppe Sozio-Ökonomisches Panel (SOEP) des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) mit 10 bzw. 6 Prozent. Genannt wird von 3 Prozent der Befragten schließlich außerdem auch noch das Statistische Bundesamt in Wiesbaden. In der Kategorie „Sonstige“ sind Einrichtungen enthalten, die jeweils nur von einem Befragten genannt wurden.

**Abbildung 22:** Institutionen, die zum Zentralarchiv in Konkurrenz treten



## 8. Zusammenfassung der wichtigsten Befunde

Die GESIS ist 86 Prozent der Befragten bekannt. Der Bekanntheitsgrad des ZA liegt bei 87 Prozent. Ungefähr zwei Drittel der Befragten, die das ZA kennen, haben seine Leistungen bereits in Anspruch genommen. Von denjenigen Befragten, die das ZA nicht *selbst* nutzen, geben 53 Prozent als Grund der Nicht-Inanspruchnahme an, dass sie nicht empirisch arbeiten. Alle nachfolgenden Zahlen beziehen sich nur noch auf die Personen, die das ZA kennen und bereits genutzt haben.

Die bekannteste Dienstleistung des ZA ist der Datenservice (92 Prozent). Es folgen die ZA-Information (90 Prozent), der Datenbestandskatalog (80 Prozent), Workshops und Konferenzen (75 Prozent), das Frühjahrseminar (72 Prozent), die Methodenberatung (68 Prozent), das Herbstseminar (65 Prozent) sowie die Spezialbibliothek „Empirische Sozialforschung“ (55 Prozent). Am häufigsten genutzt wird die ZA-Information (72 Prozent), der Datenservice (64 Prozent) sowie der Datenbestandskatalog (55 Prozent). 79 Prozent der Befragten fühlen sich ausreichend über das Dienstleistungsangebot des ZA informiert.

52 Prozent der Befragten haben schon einmal einen Datensatz zur Archivierung an das ZA weitergegeben. 79 Prozent haben außerdem schon einmal in den Datenbeständen des ZA nach einem Datensatz gesucht. Die Suche erfolgte dabei telefonisch (26 Prozent), über das Internet-Angebot des ZA (24 Prozent), über den gedruckten Datenbestandskatalog (22 Prozent), schriftlich (17 Prozent) oder persönlich (16 Prozent). 26 Prozent führten die Recherche über einen Mitarbeiter durch. Unabhängig von der konkret gewählten Recherchemöglichkeit waren die Befragten mit deren Qualität im Durchschnitt sehr zufrieden. 67 Prozent konnten einen für ihr Forschungsthema geeigneten Datensatz finden. 46 Prozent waren mit der Aktualität der vom ZA angebotenen Datensätze zufrieden. Nur 23 Prozent der Befragten geben an, dass das ZA den Nutzern die Recherche in seinen Datenbeständen weiter erleichtern könnte. Genannt werden dabei vor allem erweiterte Zugangs- und Recherchemöglichkeiten im Internet, insbesondere aber die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen.

Insgesamt 79 Prozent der Befragten haben schon einmal einen Datensatz über das ZA bezogen, 61 Prozent von ihnen innerhalb der letzten drei Jahre. 21 Prozent der Befragten geben an, bislang keinen Datensatz über das ZA bezogen zu haben. Als Gründe hierfür werden vor allem der fehlende Bedarf an empirischen Daten im allgemeinen und an Sekundäranalysen im besonderen genannt. Der am häufigsten nachgefragte Datensatz ist der ALLBUS. 73 Prozent der Befragten, die bereits einmal einen Datensatz über das ZA bezogen haben, geben an, es habe sich bei einem dieser Datensätze um den ALLBUS gehandelt.

Es folgen die Eurobarometer, ISSP, die Jugendstudien, der Wohlfahrtssurvey, das Politbarometer, der World Values Survey, die Wahlstudien und der European Values Survey.

84 Prozent der Befragten sind mit der Geschwindigkeit, mit der ihnen die bestellten Daten geliefert wurden zufrieden. 82 Prozent geben an, dass die Auswertung der über das ZA bezogenen Daten problemlos möglich gewesen sei. Genutzt werden die über das ZA bezogenen Daten vor allem für Sekundäranalysen mit eigenen Fragestellungen, den Einsatz in der Lehre, die Vorbereitung eigener Forschungsprojekte, zur Ergänzung eigener Daten in zeitlicher Hinsicht sowie zur Ergänzung eigener Daten um einen internationalen Vergleich.

All diejenigen Befragten, die das ZA kennen und bereits in Anspruch genommen haben, wurden gebeten, ihre Erfahrungen mit dem ZA auf einer fünfstufigen Zufriedenheitsskala summarisch zu bilanzieren. Immerhin 37 Prozent der Befragten wählen dabei mit der „5“ den höchsten Zufriedenheitswert. Weitere 43 Prozent wählen mit der „4“ die zweitbeste Bewertung. Eine nur durchschnittliche Bewertung vergaben mit der „3“ noch 10 Prozent, während die beiden Werte „1“ und „2“, die Unzufriedenheit indizieren, jeweils nur von einem Prozent der Befragten gewählt wurden.

29 Prozent der Befragten gaben an, es gebe Dinge, die das ZA besser machen könnte. Auf Nachfrage nannten diese Personen konkret die folgenden Punkte: Mehr Informationen über die Produkte, Dienstleistungen und Datensätze des ZA, ein besseres Internetangebot sowie die Möglichkeit des Downloads von Datensätzen sowie bessere Recherchemöglichkeiten und Beratung.

78 Prozent der Befragten können keine Leistung nennen, die ihrer Ansicht nach vom ZA noch zusätzlich angeboten werden sollte. Von denjenigen Befragten die dies konnten wurde in erster Linie der Download von Daten über das Internet sowie die verstärkte Berücksichtigung qualitativer Daten genannt. 62 Prozent der Befragten kennen keine anderen Einrichtungen, die vergleichbare Produkte und Dienstleistungen wie das ZA anbieten. Diejenigen Befragten, die solche Einrichtungen kennen, nennen im wesentlichen andere Datenarchive außerhalb von Deutschland.



## **Report on the Workshop “Social Science Data Archives in Eastern Europe – Results, Potentials and Prospects of the Archival Development”<sup>1</sup>**

**by Brigitte Hausstein<sup>2</sup>**

The workshop on “Social Science Data Archives in Eastern Europe – Results, Potentials and Prospects of the Archival Development” was the concluding event of a project started in the Summer 2001. It was supported by the UNESCO/MOST Programme and the German Social Science Infrastructure Services (GESIS) and was held in Berlin on 22-24 February, 2002. The workshop brought together representatives of the existing or emerging data archives in Estonia, Latvia, Russia, Czech Republic, Slovenia, Romania and Slovakia as well as researchers who are involved in data archiving initiatives in Lithuania, Poland, Bulgaria, Ukraine and Yugoslavia. Additionally, representatives from the Swedish, Finnish, Australian and German Data Archive shared their experience.

**Brigitte Hausstein** (GESIS Branch Office Berlin/Central Archive Cologne) introduced the project and pointed out that this meeting was not intended to be merely a remake of previous meetings but the formation of a new level of information and ultimately network building in the sphere of data archives in Eastern Europe. In his speech **Walter Hirche** (Vice President, German UNESCO Commission and Member of the German Bundestag) welcomed the initiative of GESIS to hold this workshop. He expressed the hope that networking social science data archives in Europe would become a strong element of the still to be worked out regional strategy of UNESCO for scientific cooperation and the building up of knowledge societies. **Ekkehard Mochmann** (President of IFDO, Central Archive Cologne) gave some insights into the development of the international data movement. He stressed the important role of the data archive network organisations IFDO and CESSDA (Council of European Social Science Data Archives) in the process of the integration of the social research database. He also expressed the hope for the inclusion of data archives in Eastern Europe in these activities and offered support by and membership in these organisations.

---

1 The papers presented at the workshop are published on:  
[http://www.gesis.org/en/cooperation/data\\_service/eastern\\_europe/SSDA\\_reports\\_1.pdf](http://www.gesis.org/en/cooperation/data_service/eastern_europe/SSDA_reports_1.pdf)

2 GESIS Branch Office Berlin/Central Archive Cologne

Due to the disastrous weather conditions in Copenhagen, **Björn Henrichsen** (President of CESSDA, Norwegian Data Service, Bergen) got lost in the country side somewhere in Denmark and after having travelled 16 hours he decided to go back to Norway. Still, the spirit of CESSDA was represented by **Ekkehard Mochmann**, the former President of CESSDA.

The workshop was structured in three domains of potential sharing of experience and expertise: First domain included the country reports from Lithuania, Poland, Bulgaria and Yugoslavia. Different approaches to the establishment of an archive (at a university, academy of sciences and at a commercial institute) related to the second. The Third domain was devoted to the discussion on taking advantage of the existing experience and adopt it to the circumstances in the respective countries.

The four country reports presented on the first day of the meeting showed clearly that despite the wealth of produced data there is still a lack of systematic and centralized data services in Lithuania, Poland, Bulgaria and Yugoslavia. In the discussion, the data sharing culture (embargo policy, copyright, data protection etc.), missing co-operation between the researchers, budget short cuts and brain drain were specified as the main obstacles for the free flow of data. However, it was also mentioned that there were attempts to overcome this dissatisfying situation, as the report presented by **Ljiliana Bacevic** (University of Belgrade, Center for Political Studies and Public Opinion Research; Yugoslavia) impressively showed. The evaluation of the potential for the establishment of a data archive in Bulgaria and Lithuania was also very promising. **Yantsislav Yanakiev** (Sociological Research Center of the Bulgarian Ministry of Defence, Sofia, Bulgaria), **Algis Krupavicius** (Vytautas Magnus University, Kaunas, Lithuania) and **Vladas Gaidys** (Market and Opinion Research Center VILMORUS, Vilnius, Lithuania) pointed out that the future social science data archive in their countries had to be an inter-academic institution based on an agreement between universities and institutes of the Academy of Sciences as well as private agencies. First attempts in this direction have already been made in Bulgaria. In Lithuania results in this respect are expected in the near future. Whereas **Krzysztof Zagorski** (Public Opinion Research Center CBOS, Warsaw, Poland) considered CBOS's "self declaration as a data archive" to be the only strategic option in Poland.

The case studies from the Czech Republic, Estonia, Russia, Slovakia and Ukraine presented on the second day of the workshop illustrated different approaches to the creation of a data archive. **Jindrich Krejci** introduced the Sociological Data Archive in the Czech Republic (SDA) as a department of the Institute of Sociology at the Academy of Sciences in Prague. He stressed that this organisational framework guarantees only the permanent funding for the regular activities of the archive and the SDA has to keep the operational costs on a low level. **Andu Rämmer** from the Estonian data archive (ESSDA) also men-

tioned that the financial support provided by the University of Tartu enabled it to offer merely basic services. First results of the data archive project launched in Russia were presented by *Ludmilla Khakulina* and *Larisa Kosova*. Supported by the FORD Foundation the private opinion research institute VCIOM established the basics of a national data archive. The next step is to invite other Russian research institutes to join this initiative. Among others a potential partner is the Institute of Sociology at the Academy of Sciences, which has been maintaining a data bank of sociological research (DBSR) since 1985. This data bank was introduced by *Nina Rostegaeva*. An example of the cooperation of three different research institutes in Ukraine was given by *Olga Honscharenko* (Kiev International Institute of Sociology KIIS) and *Andrij Gorbachik* (Kiev Taras Shevchenko University). Together with the department of Sociology of the National University of “Kiev Mahyla Academy” and supported by a Canadian Fund they set up a database, which made the data sets of the Kiev International Institute of Sociology publicly available. First results of the data archive project in Slovakia started in January 2002 was presented by *Katarina Strapcova* (Institute of Sociology at the Slovak Academy of Sciences, Bratislava). Finally, *Ausma Tabuna* (Latvian Social Science Data Archive, Riga, LZSDA) reported on the cooperation of the Latvian and Swedish data archive.

The discussion showed very clearly that in spite of different patterns in institutional structure all data archives are facing the same problems: the chronic lack of long-term financing and trained staff. Furthermore the missing data sharing culture and the limited use of the secondary analysis were considered to be the main obstacles for the further development of the data infrastructure services in the Eastern European countries.

The third part of the workshop was opened by the report presented by *Adrian Dusa* (Romanian Data Archive at the Institute for Quality of Life Research, Bucharest, RODA) and followed by the presentation of the Slovenian Data Archive at the University of Ljubljana (ADP) given by *Janez Stebe*. They were excellent examples of how to take advantage of existing experiences and adopting these to the circumstances in the respective country.

*Adrian Dusa* introduced the use of the new Data Documentation Initiative (DDI) by the Romanian data archive. He encouraged all participants to start with the application of this method of meta data production because it was easy to use and the software was available on the Internet for free. This also refers to the NESTAR system, which facilitates the publication of DDI codebooks on the Internet. But he also pointed out some technical problems, which had to be solved by the provider of the system. *Janez Stebe's* presentation also showed his preference concerning using DDI. Both presentations launched a lively discussion about DDI and raised the demand of training facilities. *Iris Alfredson* (Swedish Data Service, Göteborg, SSD) and *Sami Borg* (Finish Data Archive at the University of Tampere, FSD) mentioned that even their archives were about to introduce this kind of meta data production. In this concern *Ekkehard Mochmann* informed about a joined

application for EU-support aiming at solving these problems within the western data archives.

On Sunday morning the *last session* of the workshop started with a paper presented by **Brigitte Hausstein**. Besides the introduction of the services provided by GESIS, her presentation focussed on the suggestion to create the East European Data Archive Network. Further more, she informed about the proposal on the 6th Framework Program of the European Union (EU) which will be accepted in April 2002. She pointed out that there will be some changes in comparison to former programs. This regards the application rules, the included countries and the instruments. Both representatives from EU member and candidate states as well as international European interest organizations can apply for financial support within the new program. According to the EU proposal, integrated infrastructure initiatives shall combine in a single action several activities essential to reinforce and develop research infrastructures, in order to provide services at the European level. Therefore **Brigitte Hausstein** considered the establishment and operation of a cooperation network in the field of data archives in Eastern Europe as a precondition for an EU application. She argued that the inclusion of the east part of Europe was very important for the creation of an infrastructure on a European scale. She encouraged the participants of the workshop to set up this network in order to apply for financial support from the EU. At the same time she stressed that this network was not intended to replace or substitute the already existing networks IFDO and CESSDA. It should act as an informal network designed to unite data archives which are at an early stage of their existence and share common problems as well as to make sure that the Eastern European data archives will catch up with the advanced western data archives. In this respect the Central Archive as the German member of this network could function as a coordinator of all activities concerning the network and the EU application.

The final discussion was determined by the suggestion made by **Brigitte Hausstein**. All participants agreed to set up the East European Data Archive Network (EDAN) and showed great interest in joining the EU application. Based on his experience **Ekkehard Mochmann** pointed out that EU grants are provided for a limited time span only and that the preparation of the EU proposal would be hard work for all involved. This proposal should include not only descriptions of needs but also of real products, which can be offered after finishing the project. He encouraged all participants to prepare directories of their archive holdings and drafts of ideas relevant for the EU application. He also added that for those archives, which were not formal members of CESSDA the EDAN could serve as a good organisational framework to coordinate efforts for setting up the archive. He offered to ask for support of CESSDA and IFDO and suggested to include also UNESCO as sponsor in this network. This was highly appreciated by the participants.

There was also a common understanding of the fact that the Eastern European archives need special training in meta data production in the very next future. *Adrian Dusa* suggested not to wait for the results of the EU application but to organize a training seminar on DDI in Bucharest 2002. *Janez Stebe* proposed to compile a priority list of comparative research projects in which Eastern European countries were involved and to use it in the training seminar.

*Brigitte Hausstein* summarized the discussion and stressed that the creation of EDAN is the starting point for the preparation of the EU application. The application should be prepared step by step, coordinated by the GESIS Branch Office and carried out by a working group, which has to be set up after the first call for papers. The workshop provided a comprehensive view of the progress achieved in the field of establishing data archives in Eastern Europe but it has shown as well that there are data archives on different levels of development. The planned training seminar in Bucharest is only one way to improve the knowledge of the data archive specialists.

All participants agreed that this meeting was a very good opportunity for all data archive specialist to share experiences, and the lively discussion brought new ideas for the further development of their archives. On behalf of the participants of the workshop *Brigitte Hausstein* addressed words of appreciation to the UNESCO/MOST Programme, especially to *Paul de Guchteneire* who could not make it to be in Berlin prior to other engagements. Without the support of UNESCO this meeting would not have been possible.

## **Summary Activity Report from the ZA-EUROLAB**

**by Reiner Mauer**

Since November 2001 18 researchers have been hosted by the ZA-EUROLAB under the 'Access to Research Infrastructures (ARI) action of the Improving Human Potential Programme (IHP)' of the EU.

*Aleksandra Jasinska-Kania* and *Jerzy Bartkowski*, University of Warsaw, Poland investigated how citizens' participation in voluntary organizations is related to the emergence of civil society in post-communist Central Europe. *Kimmo Grönlund*, Åbo Akademi Univer-

sity, Finland studied how Information and Communication Technology (ICT) transforms democracy. **John Gower**, The Open University, Milton Keynes, United Kingdom continued collaboration with **Jörg Blasius** on applications of Non-linear Principal Components Analysis. **Tim-Arndt Rathmann**, The Amsterdam School of Communications Research, The Netherlands examined the impact of media diversification on media use nowadays, compared to the late 1980s.

In January six members of the *European Voter* project had a working session at the ZA-EUROLAB. The project aims at a comparative analysis of long-term electoral change in six European countries where there is a long tradition of survey based academic research into electoral behaviour. **Frode Berglund**, Institute for Social Research (ISF), Oslo, Norway, **Hermann Schmitt**, **Tanja Binder**, Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung (MZES), Germany, **John Curtice**, University of Strathclyde, United Kingdom, **Per Hedberg**, Göteborg University, Sweden and **Pieter Van Wijnen**, University of Twente, The Netherlands carried out the detailed work for the second stage of the project for each country to identify problems of operationalisation and their solution, checked the consistency of the work being undertaken across the six countries, and worked together to finalise the data processing and management for each country.

Altogether seven researchers were awarded bursaries to participate in the 30th Spring Seminar 'Analysis of Categorical Data and Discrete Choices': **Laura Castiglioni**, University of Milan, Italy, **Rosa Chun**, Manchester Business School, UK, **Justine Horgan**, Inter-university Centre for Social Science Theory and Methodology (ICS)

University of Groningen; The Netherlands, **Manuel Recio**, University of Almeria, Spain, **Horatiu M. Rusu**, University "Lucian Blaga" Sibiu, Romania, **Ivan Siptak**, Institute for Advanced Studies, Vienna, Austria, **Polina Stefanescu**, University of Bucharest, Romania. Besides participating in the seminar all used the facilities and databases at ZA-EUROLAB to work on their PhD theses or different research projects.

Until now 49 projects, comprising 87 researchers from 27 different countries were carried out at ZA-EUROLAB under the IHP-ARI programme since February 2000. This amounts to 1080 access days, further 148 days are currently allocated. As all available access days offered within the programme have been used or allocated by now, further access days can only be offered if access days already allocated are not taken. Information concerning further research opportunities at the ZA-EUROLAB can be found on our Internet pages (<http://www.gesis.org/eurolab>).

## **Basic and Advanced Topics in Modelling**

### **32nd Spring Seminar at the Zentralarchiv**

**March 10-28, 2003**

The spring seminar is a training course for social scientists interested in advanced techniques of data analysis and in the application of these techniques to data. Participants must have a sound basic knowledge of statistics as well as experience in the handling of PCs and of working with SPSS. Please note that in the first week STATA will be used instead of SPSS. Participants of the first week will be provided with a brief introduction to STATA. This introduction does not replace a full course on STATA. SPSS can also be used in the first week. However, parameters will be interpreted from STATA outputs only.

The spring seminar comprises lectures, exercises and practical work using personal computers. While in the lectures the logic of models and the corresponding analysis strategies will be explained, during the exercises and in the practical work the participants are given the opportunity to apply these methods to data. As in the past spring seminars, the focus will be on teaching multivariate analysis techniques. In 2003 the focus will be on various strategies of modelling. In addition to the lectures, the participants will be provided with information about functions and services of the Zentralarchiv which is the German data archive for survey data.

The seminar covers three modules of one week each, to some extent based upon one another. The courses can be booked either separately or as a block: Applied Regression Analysis using STATA, General Linear Models with Latent Variables, Measurement and Modelling of Association in Multiway Contingency Tables. A more detailed programme will be published on our web page ([www.gesis.org/ZA](http://www.gesis.org/ZA)) and will appear in the November issue of ZA-Information. Please make sure to refer to our web pages occasionally in order to follow new developments in the announcement.

The lectures and workshops will be given in English by:

Prof. Dr. *Josef Brüderl*

University of Mannheim, Germany

Applied Regression Analysis using STATA

10 - 14 March 2003

Dr. *Jeroen K. Vermunt* and Dr. *Andries van der Ark*

Tilburg University, The Netherlands

General Linear Models with Latent Variables

17 - 21 March 2003

Dr. *Tamás Rudas*

Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary

Measurement and Modelling of Association in Multiway Contingency Tables

24 - 28 March 2003

### **Fees and accommodation**

The participation fee is 50,- € per week. Students and social scientists out of work are entitled to a 50 % reduction if they hand in an attestation of their status together with their registration. Participants from Germany might be interested to learn that the spring seminar is recognized as „Bildungsurlaub“. Application forms to the employer can be requested from the Zentralarchiv. Travelling and accommodation have to be organized and paid by the participants.

### **Registration**

For your registration please use the attached registration form. You can also register via e-mail. For more details please check our web pages (address: see below). The number of participants is limited to 40 persons per week. Participants will be accepted by order of application date. Therefore we recommend to register as soon as possible.

Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung, Universität zu Köln,  
Bachemer Str. 40, D-50931 Köln.

Tel.: +49-221-4769433 (secretariat *Friederika Priemer*, e-mail: [priemer@za.uni-koeln.de](mailto:priemer@za.uni-koeln.de))  
or +49-221-4769445 (scientific coordinator *Maria Rohlinger*).

Facsimile: +49-221-4769444, e-mail: [maria.rohlinger@za.uni-koeln.de](mailto:maria.rohlinger@za.uni-koeln.de)

The Zentralarchiv web server will provide up-to-date information on the spring seminar and other forthcoming events ([www.gesis.org/ZA](http://www.gesis.org/ZA)).



## Registration Form Spring Seminar 2003

Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung  
University of Cologne  
Postfach 41 09 60  
50869 Köln  
Germany

### Registration for Spring Seminar 2003 (Please print or type)

Name .....

Address .....

Phone/Facsimile .....

E-mail .....

Studied at .....

Examination.....

Present occupation.....

Institution.....

I want to participate in

The whole spring seminar, 10 - 28 March 2003

Parts of the spring seminar

*(Please tick appropriate box)*

Prof. Dr. **Josef Brüderl**

University of Mannheim, Germany

*Applied Regression Analysis using STATA*

10 – 14 March 2003

Dr. **Jeroen K. Vermunt** and Dr. **Andries van der Ark**

Tilburg University, The Netherlands

*General Linear Models with Latent Variables*

17 - 21 March 2003

Dr. **Tamás Rudas**

Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary

*Measurement and Modelling of Association in Multiway Contingency Tables*

24 - 28 March 2003

Date: ..... Signature: .....

Each course is limited to 40 participants. Registration will be accepted by order of application date.

## Die Sozialwissenschaften und ihre Daten

von Ekkehard Mochmann

Im Juni 1999 hat *Roxane Silberman* dem französischen Ministerium für Bildung, Forschung und Technologie den Rapport “Les sciences sociales et leurs données“ vorgelegt. Die umfassende Bestandsaufnahme der sozialwissenschaftlichen Infrastruktur kommt zu dem Schluss, dass die Entwicklung in Frankreich fünfzehn bis zwanzig Jahre gegenüber den europäischen Nachbarländern und den USA zurückliege. Dies gelte für die Entwicklung der Kultur des data sharing, den Aufbau von Datenarchiven und auch für die Beteiligung an großen kontinuierlichen internationalen Enquêtes. Große Vorbilder sind insbesondere Deutschland, England, Kanada und die USA. Damit wird manifest, was anderen Europäern auf der Suche nach französischer Beteiligung an international vergleichenden Projekten häufig aufgefallen war, aber nie in dieser Dimension deutlich benannt wurde.

Erfreulich ist, dass die Politik in Frankreich entschlossen auf diese Defizitanalyse reagiert hat.

Der Minister für Forschung, der Minister für Wirtschaft, Finanzen und Industrie, die Ministerin für Beschäftigung und Solidarität, und der Minister für Bildung beschlossen in einer konzertierten Aktion für die Entwicklung der Dateninfrastruktur zu sorgen. Mit dem Décret no. 2001-139 vom 12. Februar 2001 wurde das Comité de concertation pour les données en sciences humaines et sociales eingesetzt. Es besteht aus je zwei Repräsentanten der vier beteiligten Ministerien. Die Fundierung der Entscheidungen wird unterstützt durch die Expertise eines international besetzten wissenschaftlichen Rates, des Conseil scientifique du Comité de concertation pour les données en sciences humaines et sociales. Diesem gehören neben 12 französischen Wissenschaftlern aus verschiedenen Disziplinen und Instituten drei internationale Experten für den sozialwissenschaftlichen Datenservice an.

Das Décret umreißt klar die Aufgabenstellungen und Kompetenzen der Gremien. Danach soll das Comité unter Vorsitz des Forschungsministeriums Leitlinien für die Datenpolitik in den Human- und Sozialwissenschaften entwickeln. Dies umfasst insbesondere:

š Information über die Produktion und Nutzung von Daten

- § Entscheidungen, welche Datenkollektionen im wissenschaftlichen Interesse gesammelt, aufbereitet und für weitere Analysen bereitgestellt werden sollen
- § Vorschläge für die Verbesserung der Ausbildung in Datenanalyse, den Datenzugang und die Nutzung großer Datenbestände
- § Vorschläge für die Durchführung großer Datenerhebungsprogramme für die Forschung
- § Empfehlungen zur Verbesserung der Mobilität des Personals der Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Datenproduzenten.

Aufgabe des wissenschaftlichen Rates ist es insbesondere:

- § Prioritäten der Datenerhebung, Dokumentation, Speicherung und Aufbereitung zu definieren
- § Leitlinien für die Sammlung, Archivierung und Nutzung von Daten zu entwickeln
- § Bedingungen für den Datenzugang zu formulieren
- § Ausbildungsrichtlinien für die Vorbereitung von Studenten, Doktoranden und Forschern auf die Datennutzung vorzuschlagen.

Schließlich soll er auf Wunsch des Comité Empfehlungen für die Entwicklung des Centre National de Recherche Scientifique geben.

Die Arbeiten der Gremien haben im Februar 2002 begonnen. Im Vordergrund stehen zunächst die Erarbeitung von Empfehlungen für die Beteiligung an mit Priorität auszuwählenden international vergleichenden Enquêtes. Als neue Etappe in der Umsetzung der französischen Datenpolitik wurde die Gründung des Centre Quetelet (Dezember 2001) bekannt geben. Es soll in Kooperation mit dem Institut für Längsschnittanalysen (LASMAS-IdL) und der Banque de Données Socio-Politique in Grenoble für die Erschließung und den Vertrieb sozialwissenschaftlicher Daten sorgen.

Natürlich stellen sich in diesem Zusammenhang auch Fragen nach der Zugänglichkeit amtlicher Mikrodaten und der praktischen Umsetzung des Datenschutzes. Dabei bietet ein zentralstaatlich geprägtes System wissenschaftlicher Einrichtungen andere Ansätze als gemeinhin aus der internationalen Diskussion bekannt. So ist z.B. jedes staatlich geförderte Institut mit Identifikationsnummer, Gründungsdatum und Auftrag in einem Register erfasst. Dies erleichtert die Prüfung auf Dignität und somit die mögliche Vergabe von Lizenzen für Bezug und Verarbeitung ansonsten nicht oder nur eingeschränkt zugänglicher Daten.

Es stehen viele der Fragen auf der Agenda, die selbst bei großer Zielstrebigkeit und Entschlossenheit auf Seiten von Wissenschaft und Politik Jahre für die Umsetzung brauchen. Viele dieser Fragen sind in den vergangenen Jahren im Standing Committee for the Social Sciences der European Science Foundation (ESF) mit Blick auf die Integration der Europäischen Datenbasis diskutiert worden, vom Directorate General Research der EU aufgegriffen, und schließlich im vierten, und dann verstärkt im fünften Rahmenprogramm berücksichtigt worden. Sogar die OECD hat sich auf ihrer Konferenz in Ottawa 1999 "Reinventing Social Sciences – Large-scale Infrastructures for the Social Sciences" damit auseinandergesetzt. Ein Durchbruch wurde schließlich auf der gemeinsam von ESF und EU organisierten "Conference on Research Infrastructures" in Straßburg im September 2000 erzielt, bei der erstmals explizit die Human- und Sozialwissenschaften in die Infrastrukturförderung der EU aufgenommen wurden. Gerade auf diesem Hintergrund ist der Profession das 6. Rahmenprogramm zur Prüfung auf Fördermöglichkeiten für die Sozialwissenschaften nahezu legen.

Parallelen zwischen den Aufgabenstellungen für den Conseil Scientifique und dem Programm der KVI sind unübersehbar (siehe hierzu: Kommission zur Verbesserung der informationellen Infrastruktur zwischen Wissenschaft und Statistik (Hrsg.): Wege zu einer besseren informationellen Infrastruktur. Gutachten der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung eingesetzten Kommission zur Verbesserung der informationellen Infrastruktur zwischen Wissenschaft und Statistik. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 2001).

Zwar wird es ein langer Weg von der Nutzung sensibler Mikrodaten in nationalen Forschungsdatenzentren bis zur transnationalen Nutzung der Daten im europäischen Forschungsraum, wie dies heute schon für die großen kontinuierlichen Erhebungen der Sozialforschung mit Unterstützung der EU im Europadatenlabor des ZA möglich ist. Aber endlich zeichnen sich neue Chancen für die international vergleichende Forschung unter Einschluß von Mikrodaten der amtlichen Statistik, und damit auch für die gesellschaftliche Orientierung ab. Immerhin denkt man in Frankreich schon über das Prinzip der Reziprozität im Datenaustausch nach. Ein neues Feld für eine blühende deutsch französische Kooperation?

## **International Conference on Correspondence Analysis and Related Methods (CARME 2003)**

**Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, June 29 - July 2, 2003**

### **First Call for Papers**

The international conference on Correspondence Analysis and Related Methods (CARME 2003) will be held at the new campus of the Universitat Pompeu Fabra, close to the Olympic port and beaches of Barcelona, from 29 June to 2 July 2003. The organisers, *Michael Greenacre* and *Jörg Blasius*, look forward to welcoming you to the fourth in a series of successful conferences centred on the analysis of categorical data. Previous conferences, held at the Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung in Cologne, were:

(1991) Correspondence Analysis in the Social Sciences

(1995) Visualisation of Categorical Data

(1999) Large Scale Data Analysis

CARME 2003 will spotlight the very latest research in correspondence analysis and discuss future developments. We aim to bring together theoretical and applied researchers in all the areas where correspondence analysis is currently used, notably in the social sciences, ecology and environmental science, biomedical and health sciences, archaeology, marketing and management.

Themes of the conference include all forms of correspondence analysis: simple, multiple, joint, multiway, canonical and nonsymmetrical correspondence analysis, as well as the related fields of dual and optimal scaling, homogeneity analysis, multidimensional scaling and biplots of categorical and compositional data, and applications in any substantive area of research. Interdisciplinary contributions are particularly encouraged.

For more details, including names of invited speakers, see:

<http://www.econ.upf.es/carme>

You can contact the conference organisers, *Michael Greenacre* and *Jörg Blasius*, at the e-mail address:

[carme2003@upf.es](mailto:carme2003@upf.es)

Proposals for papers may be made by simply sending a title and short summary by e-mail to the above address, or to:

*Michael Greenacre*, Department of Economics and Business, Universitat Pompeu Fabra, Ramon Trias, Fargas 25-27, 08005 Barcelona, Spain

## Buchbesprechung

**Ulrich Möhwald, Changing Attitudes towards Gender Equality in Japan and Germany, München: iudicum 2002 (148 Seiten, 14 Euro, ISBN 3-89129-8705-6).**

*von Michael Terwey*

Das "Wirtschaftswunder", welches sich in Japan nach dem zweiten Weltkrieg mit weltweitem Erfolg gestaltete, macht dieses fernöstliche Land auch für die Sozialwissenschaften hochinteressant. So weit wir schon in Europa die sozialen und weltanschaulichen Prozesse in dieser Gesellschaft kennen lernen konnten, verfestigte sich der Eindruck einer im internationalen Vergleich besonderen Entwicklung mit relativ traditionell und gemeinschaftsgebunden erscheinenden Akzenten. Diese kulturellen Eigenarten schienen lange Zeit über zu den Besonderheiten der wirtschaftlichen Entwicklung positiv beizutragen.

In der Reihe "Japan und Europa - Historische Beziehungen und vergleichende Studien" (Hg. Deutsches Institut für Japanstudien) ist nun von **Ulrich Möhwald** (Chubu Universität, Kasugai) ein neues Buch vorgelegt worden, das aus der Perspektive eines kultur- und sozialwissenschaftlich kompetenten Beobachters fernöstlicher Gesellschaften ein für den interkulturellen Vergleich sicherlich aufschlußreiches Thema angeht, nämlich den Wandel der Einstellungen zu geschlechtlicher Gleichheit in Japan und Deutschland.

Zunächst werden tatsächlich vom Autor in historischer Rückschau und ergänzender Analyse von Datenmaterialien, die teilweise bis in die späten 40er Jahre zurückgehen, einige wirtschaftliche, soziale und weltanschauliche Besonderheiten Japans dargestellt. Die nachfolgenden Ausführungen konzentrieren sich auf die geschlechtsrollenbezogenen Wertvorstellungen in Japan und Deutschland, wobei als Vergleichsdaten ALLBUS und ISSP herangezogen werden. Im Zuge dessen kommt der Autor aber in manchen Bereichen zu der – vielleicht überraschenden – Feststellung einiger Gemeinsamkeiten. Dies betrifft die Bedeutungsabnahme größerer Familienverbände, die zunehmende Integration von Frauen in den außerfamiliären Arbeitsmarkt, Doppelbelastungen durch Familie und Erwerbstätigkeit, mehrdimensionale Ausrichtung der Einstellungen zu Geschlechtsrollen u.a.m. Die Erosion der traditionellen Geschlechtsrollenvorstellung findet aber nach Befunden von **Möhwald** in Japan mehr als in Westdeutschland auch innerhalb einer Generation und nicht allein vorwiegend im Wechsel zwischen Generationen statt.

Über die Untersuchung der Angleichung von Geschlechtsrolleneinstellungen hinaus können schließlich Korrelationen mit weiteren Weltanschauungskomponenten wie Anomie und Ethnozentrismus empirisch aufgezeigt werden. Aufgrund der fachkundigen Analyse von hierzulande wenig bekannten japanischen Datensätzen und eines weitreichenden Kulturverständnisses kann das nun von **Möhwald** vorgelegte Buch als eine wertvolle Bereicherung zum Spektrum der bisherigen Arbeiten über Geschlechtsrollen begrüßt werden.