

Maschinenlesbares Codebuch - ZA Nr. 2002

Umfragen in Deutschland

Primärforscher:

Context-Informationsdienst, Düsseldorf

FORSA, Dortmund

Zentralarchiv für empirische Sozialforschung
an der Universität zu Köln
Bachemer Str. 40
D-50931 Köln
Tel.: 0221 - 47 694 0

Zur Beachtung bei Veröffentlichungen

Alle Forschungsarbeiten, die sich auf vom ZENTRALARCHIV bereitgestellte Daten beziehen, sollten sich an nachstehender Zitierweise orientieren. Die jeweils zutreffenden Angaben sollten entsprechend eingesetzt werden:

Die Daten (und Tabellen), die in diesem Beitrag (Buch, Artikel, Manuskript) benutzt werden, wurden (zum Teil) vom ZENTRALARCHIV FÜR EMPIRISCHE SOZIALFORSCHUNG, Universität zu Köln, zugänglich gemacht. Die Daten für die Studie ... (Titel der Studie) wurden erhoben von ... (Name(n) der Forscher und des Instituts der Primärforschung). Sie wurden vom ZENTRALARCHIV FÜR EMPIRISCHE SOZIALFORSCHUNG (ZA) für die Analyse aufbereitet und dokumentiert. Weder die vorgenannten Personen und Institute noch das ZENTRALARCHIV tragen irgendeine Verantwortung für die Analyse oder Interpretation der Daten in diesem Beitrag.

Um einen Überblick über die tatsächliche Benutzung unseres Institutes zu erhalten, bitten wir außerdem um Überlassung von zwei Forschungsberichten aus jedem Projekt, das auf Bestände des ZENTRALARCHIVs zurückgreift. Die Berichte sollten dem ZENTRALARCHIV spätestens einen Monat nach Fertigstellung zugehen.

Umfragen in Deutschland
ZA-NR. 2002 Zugang: A

ZA-KAT. 50

Erhebungszeitraum
April 1991

Primärforscher
Context-Informationsdienst, Düsseldorf;
Forsa, Dortmund

Datenerhebung
Ifes-Institut, Wien

Inhalt

Häufigkeit der Teilnahme an Umfragen. Erfahrungen mit Markt- und Meinungsforschungsinstituten. Themen: Häufigkeit bisheriger Teilnahme an Umfragen; Art des Interviews und durchführendes Institut; Befragungsthema; Beurteilung des Interviews als angenehm oder unangenehm; positive bzw. negative Merkmale des Interviews; präferierte Befragungstechnik; Vergleich der empfundenen Störung durch eine angenommene telefonische Anfrage vom Statistischen Amt, von einem Wohlfahrtsverband, von einer politischen Partei, von einem Meinungsforschungsinstitut, von einem Versicherungsvertreter bzw. einem Autohändler; erhaltene Anrufe im Rahmen eines Telefonmarketings; allgemeine Antwortbereitschaft zu ausgewählten Themenbereichen; Interesse an der Beantwortung von Umfragen; Einschätzung des Datenschutzes bei Umfragen; empfundene Belästigungen durch Umfragen; Einstellung zu privaten Marktforschungsinstituten; Bekanntheitsgrad ausgewählter Markt- und Meinungsforschungsinstitute; Parteipräferenz; Ortsgröße.

Grundgesamtheit und Auswahl

Untersuchungsgebiet: BRD einschl. West-Berlin
Zufallsauswahl von Personen über 18 Jahren nach dem RDL-Verfahren (Randomized last digit)

Erhebungsverfahren

Mündliche Befragung mit standardisiertem Fragebogen

Datensatz

Anzahl der Einheiten: 967
Anzahl der Variablen: 82

Weitere Hinweise

Da Fragen zum Bekanntheitsgrad deutscher Markt- und Meinungsforschungsinstitute gestellt wurden, hat das Institut Forsa darauf verzichtet, die Befragung selber durchzuführen. Das österreichische Ifes-Institut wurde damit beauftragt.

Hinweise zur Benutzung des Codeplanes

Im wesentlichen folgt das Codebuch dem Originalfragebogen. Zum Verständnis der Codebuchangaben bitten wir den Benutzer, die Erläuterungen am Beispiel einer Variablen zu beachten. Die Zahlenangaben in den spitzen Klammern < > beziehen sich auf die Erläuterungen, die diesem Beispiel folgen. Sie erscheinen nicht im Codebuch.

Bei spi el

<1>	<2>		<1>
V19	- positiv: Interesse Mein.		- REF. NR. : 0019
<4>	<5>	<3>	<14>
Position	25	Karte	FW1: 9
Feldlänge	1	Spalte	FW2: 7

<6>
F.7(c) Im Interview als angenehm empfunden: Interesse an persönlicher Meinung

<7> <Vollständiger Fragetext F. 7>	Abs.	%	159
------------------------------------	------	---	-----

<8>	<9>	<10>	<11>	<12>
1.	genannt	24	2. 48	15. 09
0.	ni cht genannt	86	8. 89	54. 09
6.	ni chts	49	5. 07	30. 82
7.	wei ß ni cht	46	4. 76	.
8.	KA	57	5. 89	.
9.	TNZ (Code 2 i n F. 1)	705	72. 91	.
		967	100. 00	100. 00

Erläuterungen

- <1> Jeder Frageeinheit der Studie ist eine Variablen- und eine Referenznummer eindeutig zugeordnet.
- <2> Die maximal 24-stellige Etikette der Variablen stellt den semantischen Bezug her zwischen dem Codebuch und der OSIRIS- bzw. SPSS-Systemdatei.
- <3> In den Feldern FW1 und FW2 werden die fehlenden Werte ausgewiesen.
"FW1" gibt einen explizit definierten einzelnen Wert an.
"FW2" definiert einen Wertebereich. Alle Werte, die größer oder gleich der angegebenen Zahl sind, liegen in dem Bereich der fehlenden Werte.
Wenn keine Zahlen angegeben sind, sind für die betreffende Variable keine fehlenden Werte (FW1 und/oder FW2) definiert.
- <4> "POSITION" gibt an, an welcher Stelle die betreffende Variable im OSIRIS-Datensatz beginnt.
"FELDLÄNGE" beschreibt die Anzahl der Stellen der betreffenden Variable.
- <5> "KARTE" und "SPALTE" beschreiben die Position der Variablen im card-image-Datensatz (jeweils 80-stellige Sätze im Lochkartenformat) der Studie.
- <6> An dieser Stelle steht der vollständige Fragetext aus den Originalunterlagen der Studie, einschließlich der Intervieweranweisungen oder sonstiger Kommentare. Die Notation bleibt soweit wie möglich erhalten.
Umstrukturierungen des Codeplans und damit auch Veränderungen der Textabfolge werden in einzelnen Fällen vorgenommen und dienen der leichteren Handhabung der Daten für Analysezwecke.
- <7> Die Archivkommentare, Hinweise des Bearbeiters der Studie für den Benutzer, stehen in spitzen Klammern < > vornehmlich an dieser Stelle. Wenn sie im Bereich der Frage- oder Antworttexte erforderlich werden, sind sie durch diese Klammern gekennzeichnet.
- <8> Hier stehen die explizit im Datensatz vorhandenen Codepositionen der einzelnen Antwortkategorien. Die Codewerte gelten sowohl für die Positionsangabe <4> als auch für die Karten- und Spaltenangabe <5> im Kopf der Variablen.
- <9> Die Antworttexte werden aus den Originalunterlagen entnommen. Falls eine Umstrukturierung des Codeplanes erforderlich war, werden die Antworttexte ergänzt bzw. neue hinzugefügt.
- <10> Die absoluten Häufigkeiten beziehen sich auf die Fallzahl im ungewichteten Datensatz.
- <11> Die prozentualen Häufigkeiten an dieser Stelle beziehen sich auf die ungewichtete Gesamtzahl der Fälle.
- <12> Die prozentualen Häufigkeiten an dieser Stelle errechnen sich auf der Basis der analysfähigen ungewichteten Gesamtheit, d.h. die Gesamtzahl der Fälle wird um die Anzahl der Fälle vermindert, auf die die Bedingungen der fehlenden Werte FW1 und FW2 zutreffen.
- <13> "DEZ. STELLEN" gibt die Anzahl der für diese Variable definierten Dezimalstellen an.
"MEHRFACHNENN.: n" gibt die Anzahl der Nennungen auf eine Frage an, die im Codebuch zu einer Variablen zusammengefaßt sind. Im Datensatz hingegen sind die Mehrfachnennungsvariablen einzeln vorhanden und ansprechbar. In der Dokumentation kommt die Zusammenfassung der Variablen dadurch zum Ausdruck, daß die absoluten Häufigkeiten auf der Ebene der einzelnen Antwortkategorien über alle definierten Nennungen addiert werden. Dadurch wächst die Basis, auf der sich die relativen Häufigkeiten <11> im Codebuch errechnen, auf ein n-faches der Grundgesamtheit.

V1	Studiennummer S2002	Ref. Nr. : 1
-----------	----------------------------	---------------------

Position: 1
Länge: 4

ZA-Studiennummer S2002

V2	Befragtennummer	Ref. Nr. : 2
-----------	------------------------	---------------------

Position: 5
Länge: 3

Befragtennummer

V3	Bundesland	Ref. Nr. : 3
-----------	-------------------	---------------------

Position: 8
Länge: 2

Bundesland:

	Ungewichtet	
	Abs.	%
01. Schleswig-Holstein	49	5.07
02. Hamburg	32	3.31
03. Niedersachsen	119	12.31
04. Bremen	7	0.72
05. Nordrhein-Westfalen	243	25.13
06. Hessen	76	7.86
07. Rheinland-Pfalz	66	6.83
08. Baden-Württemberg	145	14.99
09. Bayern	176	18.20
10. Saarland	20	2.07
11. Berlin	34	3.52
	967	100.00

V4	früher bereits befragt	Ref. Nr. : 4
-----------	-------------------------------	---------------------

Position: 10 FW1: 9
Länge: 1

F.1 Sind Sie im Rahmen einer statistischen Erhebung oder einer Umfrage - ich meine nicht die Volkszählung - schon einmal durch einen Interviewer oder mittels eines Fragebogens befragt worden?

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	966
1. ja	261	26.99	27.02
2. nein	705	72.91	72.98
9. KA	1	0.10	.
	967	100.00	100.00

V5 wie häufig in 12 Monaten**Ref.Nr.: 5**

Position: 11 FW1: 0
 Länge: 1

F.2 (Befragte, die schon einmal befragt wurden)
 Wie häufig sind Sie in den letzten zwölf Monaten befragt worden?

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	262
1. mehr als einmal	43	4.45	16.41
2. einmal	97	10.03	37.02
3. keinmal	122	12.62	46.56
0. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V6 Art der Befragung**Ref.Nr.: 6**

Position: 12 FW1: 0
 Länge: 1 FW2: 8

F.3 (Befragte, die schon einmal befragt wurden)
 Wenn Sie jetzt einmal an die letzte Befragung denken, an der Sie teilgenommen haben, wie sind Sie befragt worden: Mündlich von einem Interviewer in der Wohnung, mündlich auf der Straße von einem Interviewer, wie jetzt am Telefon, oder war es ein schriftlicher Fragebogen?

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	259
1. mündlich Interview Wohnung	73	7.55	28.19
2. mündlich Interview Straße	61	6.31	23.55
3. Telefoninterview	54	5.58	20.85
4. schriftlicher Fragebogen	71	7.34	27.41
8. weiß nicht	3	0.31	.
0. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V7 Urheber der Befragung**Ref.Nr.: 7**

Position: 13 FW1: 0
 Länge: 1 FW2: 8

F.4 (Befragte, die schon einmal befragt wurden)
 Von wem sind Sie befragt worden: von einem Statistischen Amt, von einer anderen öffentlichen Stelle, einem wissenschaftlichen Forschungsinstitut oder einem privaten Marktforschungsinstitut?

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	194
1. Statistisches Amt	36	3.72	18.56
2. andere öffentliche Stelle	24	2.48	12.37
3. wiss. Forschungsinstitut	26	2.69	13.40
4. priv. Marktforschungsinstitut	108	11.17	55.67
8. weiß nicht	67	6.93	.
9. KA	1	0.10	.
0. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V8 befragt: allg. Angaben**Ref.Nr.: 8**

Position: 14 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5 (Falls schon einmal befragt worden)
 Wozu sind Sie befragt worden?

F. 5(a) Allgemeine Angaben zur Person

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	102	10.55	38.93
0. nicht genannt	160	16.55	61.07
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V9 befragt: Beruf, Erwerb.**Ref.Nr.: 9**

Position: 15 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5(b) Gegenstand der früheren Befragung: Beruf und Erwerbstätigkeit

<Vollständiger Fragetext F. 5>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	85	8.79	32.44
0. nicht genannt	177	18.30	67.56
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V10 befragt: Einkommen**Ref.Nr.: 10**

Position: 16 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5(c) Gegenstand der früheren Befragung: Einkommen, Vermögen

<Vollständiger Fragetext F. 5>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	39	4.03	14.89
0. nicht genannt	223	23.06	85.11
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V11 befragt: Wohnverhältnisse.**Ref.Nr.: 11**

Position: 17 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5(d) Gegenstand der früheren Befragung: Wohnverhältnisse

<Vollständiger Fragetext F. 5>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	65	6.72	24.81
0. nicht genannt	197	20.37	75.19
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V12 befragt: Verbrauchsgew.**Ref. Nr. : 12**

Position: 18 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5(e) Gegenstand der früheren Befragung: Verbrauchsgewohnheiten

<Vollständiger Fragetext F. 5>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	137	14.17	52.29
0. nicht genannt	125	12.93	47.71
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V13 befragt: Freizeitaktiv.**Ref. Nr. : 13**

Position: 19 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5(f) Gegenstand der früheren Befragung: Freizeitaktivitäten

<Vollständiger Fragetext F. 5>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	54	5.58	20.61
0. nicht genannt	208	21.51	79.39
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V14 befragt: Gesundheit**Ref. Nr. : 14**

Position: 20 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5(g) Gegenstand der früheren Befragung: Gesundheit

<Vollständiger Fragetext F. 5>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	31	3.21	11.83
0. nicht genannt	231	23.89	88.17
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V15 befragt: polit. Einstell**Ref. Nr. : 15**

Position: 21 FW1: 9
 Länge: 1

F. 5(h) Gegenstand der früheren Befragung: Politische Meinungen, Einstellungen

<Vollständiger Fragetext F. 5>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 262
1. genannt	56	5.79	21.37
0. nicht genannt	206	21.30	78.63
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V16 Gefühl als Befragter**Ref.Nr.: 16**

Position: 22 FW1: 0
 Länge: 1 FW2: 8

F. 6 (Befragte, die schon einmal befragt wurden)
 Wie fühlten Sie sich damals in der Rolle des Befragten, eher
 angenehm oder eher unangenehm?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 250
1. eher angenehm	123	12.72	49.20
2. eher unangenehm	45	4.65	18.00
3. teils/teils	82	8.48	32.80
8. weiß nicht	11	1.14	.
9. KA	1	0.10	.
0. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V17 positiv: Interviewerverh**Ref.Nr.: 17**

Position: 23 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F. 7 (Befragte, die schon einmal befragt wurden und zwar an-
 genehm)
 Was hat Ihnen denn an dem Interview besonders gefallen?
 F. 7(a) Interviewerverhalten

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 159
1. genannt	45	4.65	28.30
0. nicht genannt	65	6.72	40.88
6. nichts	49	5.07	30.82
7. weiß nicht	46	4.76	.
8. KA	57	5.89	.
9. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V18 positiv: Situation**Ref.Nr.: 18**

Position: 24 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F. 7(b) Im Interview als angenehm empfunden: Interviewsitua-
 tion

<Vollständiger Fragetext F. 7>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 159
1. genannt	15	1.55	9.43
0. nicht genannt	95	9.82	59.75
6. nichts	49	5.07	30.82
7. weiß nicht	46	4.76	.
8. KA	57	5.89	.
9. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V19 positiv: Interesse Mein.**Ref.Nr.: 19**

Position: 25 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F. 7(c) Im Interview als angenehm empfunden: Interesse an persönlicher Meinung

<Vollständiger Fragetext F. 7>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 159
1. genannt	24	2.48	15.09
0. nicht genannt	86	8.89	54.09
6. nichts	49	5.07	30.82
7. weiß nicht	46	4.76	.
8. KA	57	5.89	.
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V20 positiv: Thema, Fragen**Ref.Nr.: 20**

Position: 26 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F. 7(d) Im Interview als angenehm empfunden: Thema, Fragen

<Vollständiger Fragetext F. 7>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 159
1. genannt	38	3.93	23.90
0. nicht genannt	72	7.45	45.28
6. nichts	49	5.07	30.82
7. weiß nicht	46	4.76	.
8. KA	57	5.89	.
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V21 positiv: Sonstiges**Ref.Nr.: 21**

Position: 27 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F. 7(e) Im Interview als angenehm empfunden: Sonstiges

<Vollständiger Fragetext F. 7>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 159
1. genannt	18	1.86	11.32
0. nicht genannt	92	9.51	57.86
6. nichts	49	5.07	30.82
7. weiß nicht	46	4.76	.
8. KA	57	5.89	.
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V22 negativ: Interviewerverh**Ref.Nr.: 22**

Position: 28 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F.8 (Befragte, die schon einmal befragt wurden und zwar unangenehm)

Was hat Ihnen denn an dem Interview nicht gefallen?

F.8(a) Interviewerverhalten

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 93
1. genannt	12	1.24	12.90
0. nicht genannt	57	5.89	61.29
6. nichts	24	2.48	25.81
7. weiß nicht	34	3.52	.
8. KA	135	13.96	.
9. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V23 negativ: Situation**Ref.Nr.: 23**

Position: 29 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F.8(b) Im Interview als unangenehm empfunden: Interviewsituation

<Vollständiger Fragetext F.8>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 93
1. genannt	15	1.55	16.13
0. nicht genannt	54	5.58	58.06
6. nichts	24	2.48	25.81
7. weiß nicht	34	3.52	.
8. KA	135	13.96	.
9. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V24 negativ: fehl. Informat.**Ref.Nr.: 24**

Position: 30 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F.8(c) Im Interview als unangenehm empfunden: Fehlende Informationen

<Vollständiger Fragetext F.8>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 93
1. genannt	5	0.52	5.38
0. nicht genannt	64	6.62	68.82
6. nichts	24	2.48	25.81
7. weiß nicht	34	3.52	.
8. KA	135	13.96	.
9. TNZ (Code 2 in F.1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V25 negativ: zu persönlich**Ref.Nr.: 25**

Position: 31 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F. 8(d) Im Interview als unangenehm empfunden: Fragen zu persönlich

<Vollständiger Fragetext F. 8>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 93
1. genannt	16	1.65	17.20
0. nicht genannt	53	5.48	56.99
6. nichts	24	2.48	25.81
7. weiß nicht	34	3.52	.
8. KA	135	13.96	.
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V26 negativ: Sonstiges**Ref.Nr.: 26**

Position: 32 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 7

F. 8(e) Im Interview als unangenehm empfunden: Sonstiges

<Vollständiger Fragetext F. 8>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 93
1. genannt	30	3.10	32.26
0. nicht genannt	39	4.03	41.94
6. nichts	24	2.48	25.81
7. weiß nicht	34	3.52	.
8. KA	135	13.96	.
9. TNZ (Code 2 in F. 1)	705	72.91	.
	967	100.00	100.00

V27 gewünschte Befragungsart**Ref.Nr.: 27**

Position: 33 FW1: 9
 Länge: 1

F. 9 Wie würden Sie persönlich bei einer Umfrage oder Erhebung am liebsten befragt werden: persönlich von einem Interviewer, telefonisch von einem Interviewer oder mit einem schriftlichen Fragebogen?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 937
1. persönliches Interview	287	29.68	30.63
2. telefonisches Interview	128	13.24	13.66
3. schriftliche Befragung	399	41.26	42.58
4. teils/teils	123	12.72	13.13
9. KA	30	3.10	.
	967	100.00	100.00

V28 Störung durch Spenden**Ref.Nr.: 28**

Position: 34 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 10 Wenn Sie von einem Wohlfahrtsverband angerufen und um Spenden gebeten würden: Würde Sie das sehr, etwas, kaum oder überhaupt nicht stören?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 945
1. sehr stören	267	27.61	28.25
2. etwas stören	273	28.23	28.89
3. kaum stören	161	16.65	17.04
4. überhaupt nicht stören	244	25.23	25.82
8. weiß nicht	18	1.86	.
9. KA	4	0.41	.
	967	100.00	100.00

V29 Störung durch Stat. Amt**Ref.Nr.: 29**

Position: 35 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 11 Und wenn Sie von einem Statistischen Amt angerufen würden, damit Sie Angaben für statistische Zwecke machen: Würde Sie das sehr, etwas, kaum oder überhaupt nicht stören?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 933
1. sehr stören	190	19.65	20.36
2. etwas stören	264	27.30	28.30
3. kaum stören	239	24.72	25.62
4. überhaupt nicht stören	240	24.82	25.72
8. weiß nicht	31	3.21	.
9. KA	3	0.31	.
	967	100.00	100.00

V30 Störung d. polit. Partei**Ref.Nr.: 30**

Position: 36 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 12 Und wenn Sie von einer politischen Partei angerufen würden, die um Wählerstimmen wirbt?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 956
1. sehr stören	600	62.05	62.76
2. etwas stören	161	16.65	16.84
3. kaum stören	86	8.89	9.00
4. überhaupt nicht stören	109	11.27	11.40
8. weiß nicht	8	0.83	.
9. KA	3	0.31	.
	967	100.00	100.00

V31 Störung d. priv. Meinung**Ref.Nr. : 31**

Position: 37 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 13 Und wenn Sie von einem privaten Meinungsforschungsinstitut angerufen und nach Ihren Meinungen gefragt würden?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 943
1. sehr stören	109	11.27	11.56
2. etwas stören	265	27.40	28.10
3. kaum stören	289	29.89	30.65
4. überhaupt nicht stören	280	28.96	29.69
8. weiß nicht	23	2.38	.
9. KA	1	0.10	.
	967	100.00	100.00

V32 Störung d. Versich. vertr**Ref.Nr. : 32**

Position: 38 FW1: 8
 Länge: 1

F. 14 Und von einem Versicherungsvertreter, der Versicherungspolicen verkaufen möchte?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 963
1. sehr stören	783	80.97	81.31
2. etwas stören	103	10.65	10.70
3. kaum stören	37	3.83	3.84
4. überhaupt nicht stören	40	4.14	4.15
8. weiß nicht	4	0.41	.
	967	100.00	100.00

V33 Störung d. Autohändler**Ref.Nr. : 33**

Position: 39 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 15 Und von einem Autohändler, der eine Probefahrt vereinbaren möchte?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 934
1. sehr stören	540	55.84	57.82
2. etwas stören	139	14.37	14.88
3. kaum stören	124	12.82	13.28
4. überhaupt nicht stören	131	13.55	14.03
8. weiß nicht	24	2.48	.
9. KA	9	0.93	.
	967	100.00	100.00

V34 Anruf von Verkäufer**Ref.Nr.: 34**

Position: 40 FW1: 8
 Länge: 1

F. 16 Sind Sie schon einmal von jemanden angerufen worden, der Ihnen etwas verkaufen wollte?

	Ungewichtet Abs.	Ungewichtet %	% N= 957
1. ja	416	43.02	43.47
2. nein	541	55.95	56.53
8. weiß nicht	10	1.03	.
	967	100.00	100.00

V35 Antwort: Beruf, Erwerb**Ref.Nr.: 35**

Position: 41
 Länge: 1

F. 17 Welche Fragen würden Sie bei einer statistischen Erhebung oder einer Umfrage ohne weiteres beantworten? Fragen nach ...

F. 17(a) Beruf und Erwerbstätigkeit

	Ungewichtet Abs.	Ungewichtet %
1. genannt	707	73.11
0. nicht genannt	260	26.89
	967	100.00

V36 Antwort: Einkommen, Verm**Ref.Nr.: 36**

Position: 42
 Länge: 1

F. 17(b) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Einkommen und Vermögen

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet Abs.	Ungewichtet %
1. genannt	149	15.41
0. nicht genannt	818	84.59
	967	100.00

V37 Antwort: polit. Meinung.**Ref.Nr.: 37**

Position: 43
 Länge: 1

F. 17(c) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Politische Meinungen

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet Abs.	Ungewichtet %
1. genannt	404	41.78
0. nicht genannt	563	58.22
	967	100.00

V38 Antwort: Wohnverhältnis.**Ref. Nr. : 38**

Position: 44
 Länge: 1

F. 17(d) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Wohnverhältnisse

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	576	59.57
0. nicht genannt	391	40.43
	967	100.00

V39 Antwort: Verbrauchsgewohn**Ref. Nr. : 39**

Position: 45
 Länge: 1

F. 17(e) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Verbrauchsgewohnheiten

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	666	68.87
0. nicht genannt	301	31.13
	967	100.00

V40 Antwort: Rauchgewohnheit**Ref. Nr. : 40**

Position: 46
 Länge: 1

F. 17(f) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Rauchgewohnheiten

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	724	74.87
0. nicht genannt	243	25.13
	967	100.00

V41 Antwort: Freizeitaktivit**Ref. Nr. : 41**

Position: 47
 Länge: 1

F. 17(g) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Freizeitaktivitäten

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	789	81.59
0. nicht genannt	178	18.41
	967	100.00

V42 Antwort: Trinkgewohnheit	Ref. Nr. : 42
-------------------------------------	----------------------

Position: 48
Länge: 1

F. 17(h) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Trinkgewohnheiten

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet Abs.	%
1. genannt	637	65.87
0. nicht genannt	330	34.13
	967	100.00

V43 Antwort: eig. Gesundheit	Ref. Nr. : 43
-------------------------------------	----------------------

Position: 49
Länge: 1

F. 17(j) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Ihre Gesundheit

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet Abs.	%
1. genannt	557	57.60
0. nicht genannt	410	42.40
	967	100.00

V44 Antwort: Lese-, Fernseh.	Ref. Nr. : 44
-------------------------------------	----------------------

Position: 50
Länge: 1

F. 17(k) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Lese- und Fernsehgewohnheiten

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet Abs.	%
1. genannt	798	82.52
0. nicht genannt	169	17.48
	967	100.00

V45 Antwort: Nutzung Werbung	Ref. Nr. : 45
-------------------------------------	----------------------

Position: 51
Länge: 1

F. 17(l) Fragen, die ohne weiteres beantwortet würden: Nutzung von Werbung

<Vollständiger Fragetext F. 17>

	Ungewichtet Abs.	%
1. genannt	633	65.46
0. nicht genannt	334	34.54
	967	100.00

V46 Umfragen interessant**Ref.Nr. : 46**

Position: 52 FW1: 8
 Länge: 1

F. 18 Für viele Lebensbereiche werden heute Zahlen und Statistiken gesammelt. Ich nenne Ihnen jetzt einmal einige Aussagen und bitte Sie, mir zu sagen, ob Sie dieser Aussage eher zustimmen oder ob Sie sie eher ablehnen.

Wie ist es mit: Fragen in Umfragen oder statistischen Erhebungen zu beantworten, ist eine interessante Sache

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 900
1. stimme zu	600	62.05	66.67
2. lehne ab	300	31.02	33.33
8. weiß nicht	67	6.93	.
	967	100.00	100.00

V47 pers. Daten geschützt**Ref.Nr. : 47**

Position: 53 FW1: 8
 Länge: 1

F. 19 Aussagen aus verschiedenen Lebensbereichen: Die persönlichen Daten werden bei Umfragen und Erhebungen immer zuverlässig geschützt

<Vollständiger Fragetext F. 18>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 845
1. stimme zu	358	37.02	42.37
2. lehne ab	487	50.36	57.63
8. weiß nicht	122	12.62	.
	967	100.00	100.00

V48 Belästigung zu groß**Ref.Nr. : 48**

Position: 54 FW1: 8
 Länge: 1

F. 20 Aussagen aus verschiedenen Lebensbereichen: Die Belästigung durch Umfragen und Erhebungen ist zu groß

<Vollständiger Fragetext F. 18>

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 905
1. stimme zu	249	25.75	27.51
2. lehne ab	656	67.84	72.49
8. weiß nicht	62	6.41	.
	967	100.00	100.00

V49 erfüllen sinnvoll. Zweck**Ref.Nr.: 49**

Position: 55 FW1: 8
 Länge: 1

F.21 Aussagen aus verschiedenen Lebensbereichen: Private
 Marktforschungsinstitute erfüllen einen sinnvollen Zweck

<Vollständiger Fragetext F.18>

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	818
1. stimme zu	645	66.70	78.85
2. lehne ab	173	17.89	21.15
8. weiß nicht	149	15.41	.
	967	100.00	100.00

V50 Marktforsch. inst. 1. N.**Ref.Nr.: 50**

Position: 56 FW1: 99
 Länge: 2 FW2: 98

F.22 Welche Markt- und Meinungsforschungsinstitute in
 Deutschland kennen Sie?
 (Int.: Hier nur erste Nennung notieren, weitere Nennung in
 nächster Frage)

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	809
01. infas	174	17.99	21.51
02. Allensbach	44	4.55	5.44
03. Institut Noelle-Neumann	6	0.62	0.74
04. Wickert	21	2.17	2.60
05. Emnid	22	2.28	2.72
06. FORSA	3	0.31	0.37
07. GfK	6	0.62	0.74
08. infratest	14	1.45	1.73
09. Stiftung Warentest	21	2.17	2.60
10. media control	2	0.21	0.25
11. Sonstige	42	4.34	5.19
96. keine	454	46.95	56.12
98. weiß nicht	72	7.45	.
99. KA	86	8.89	.
	967	100.00	100.00

V51 genannt: infas**Ref.Nr.: 51**

Position: 58 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F.23 Und welche noch?
 F.23(a) infas

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	716
1. genannt	31	3.21	4.33
0. nicht genannt	72	7.45	10.06
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V52 genannt: Allensbach**Ref. Nr. : 52**

Position: 59 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(b) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die die/der Befragte nennt: Allensbach

	Ungewichtet Abs.	%	N= 716
1. genannt	26	2.69	3.63
0. nicht genannt	77	7.96	10.75
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V53 genannt: Noelle-Neumann**Ref. Nr. : 53**

Position: 60 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(c) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die die/der Befragte nennt: Institut Noelle-Neumann

	Ungewichtet Abs.	%	N= 716
1. genannt	5	0.52	0.70
0. nicht genannt	98	10.13	13.69
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V54 genannt: WICKERT**Ref. Nr. : 54**

Position: 61 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(d) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die die/der Befragte nennt: WICKERT

	Ungewichtet Abs.	%	N= 716
1. genannt	10	1.03	1.40
0. nicht genannt	93	9.62	12.99
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V55 genannt: Emnid**Ref.Nr.: 55**

Position: 62 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(e) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die
 die/der Befragte nennt: Emnid

	Ungewichtet Abs.	%	N= 716
1. genannt	7	0.72	0.98
0. nicht genannt	96	9.93	13.41
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V56 genannt: FORSA**Ref.Nr.: 56**

Position: 63 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(f) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die
 die/der Befragte nennt: FORSA

	Ungewichtet Abs.	%	N= 716
1. genannt	6	0.62	0.84
0. nicht genannt	97	10.03	13.55
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V57 genannt: GfK**Ref.Nr.: 57**

Position: 64 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(g) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die
 die/der Befragte nennt: GfK

	Ungewichtet Abs.	%	N= 716
1. genannt	1	0.10	0.14
0. nicht genannt	102	10.55	14.25
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V58 genannt: infratest**Ref.Nr.: 58**

Position: 65 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(h) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die die/der Befragte nennt: infratest

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 716
1. genannt	6	0.62	0.84
0. nicht genannt	97	10.03	13.55
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V59 genannt: Stift. Warentest**Ref.Nr.: 59**

Position: 66 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(j) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die die/der Befragte nennt: Stiftung Warentest

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 716
1. genannt	3	0.31	0.42
0. nicht genannt	100	10.34	13.97
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V60 genannt: media control**Ref.Nr.: 60**

Position: 67 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(k) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die die/der Befragte nennt: media control

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 716
1. genannt	1	0.10	0.14
0. nicht genannt	102	10.55	14.25
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V61 genannt: Sonstige

Ref.Nr.: 61

Position: 68 FW1: 9
 Länge: 1 FW2: 8

F. 23(k) Weitere Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die die/der Befragte nennt: Sonstige

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	716
1. genannt	25	2.59	3.49
0. nicht genannt	78	8.07	10.89
6. keine	613	63.39	85.61
8. weiß nicht	105	10.86	.
9. KA	146	15.10	.
	967	100.00	100.00

V62 bekannt: Allensbach

Ref.Nr.: 62

Position: 69
 Länge: 1

F. 24 Man denkt ja nicht immer gleich an alles. Ich nenne Ihnen nun die Namen einiger deutscher Markt- und Meinungsforschungsinstitute. Welche davon kennen Sie?
 F. 24(a) Allensbach

	Ungewichtet		%
	Abs.	%	
1. genannt	503	52.02	
0. nicht genannt	464	47.98	
	967	100.00	

V63 bekannt: Basisresearch

Ref.Nr.: 63

Position: 70
 Länge: 1

F. 24(b) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: Basisresearch

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet		%
	Abs.	%	
1. genannt	45	4.65	
0. nicht genannt	922	95.35	
	967	100.00	

V64 bekannt: Emnid

Ref.Nr.: 64

Position: 71
 Länge: 1

F. 24(c) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: Emnid

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet		%
	Abs.	%	
1. genannt	238	24.61	
0. nicht genannt	729	75.39	
	967	100.00	

V65 bekannt: FORSA**Ref. Nr. : 65**

Position: 72
 Länge: 1

F. 24(d) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: FORSA

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	80	8.27
0. nicht genannt	887	91.73
	967	100.00

V66 bekannt: GfK**Ref. Nr. : 66**

Position: 73
 Länge: 1

F. 24(e) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: GfK

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	137	14.17
0. nicht genannt	830	85.83
	967	100.00

V67 bekannt: GfM - GETAS**Ref. Nr. : 67**

Position: 74
 Länge: 1

F. 24(f) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: GfM - GETAS

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	22	2.28
0. nicht genannt	945	97.72
	967	100.00

V68 bekannt: infas**Ref. Nr. : 68**

Position: 75
 Länge: 1

F. 24(g) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: infas

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	761	78.70
0. nicht genannt	206	21.30
	967	100.00

V69 bekannt: infratest**Ref. Nr. : 69**

Position: 76
 Länge: 1

F. 24(h) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: Infratest

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	586	60.60
0. nicht genannt	381	39.40
	967	100.00

V70 bekannt: Marplan**Ref. Nr. : 70**

Position: 77
 Länge: 1

F. 24(j) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: Marplan

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	67	6.93
0. nicht genannt	900	93.07
	967	100.00

V71 bekannt: Nielsen**Ref. Nr. : 71**

Position: 78
 Länge: 1

F. 24(k) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: Nielsen

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	70	7.24
0. nicht genannt	897	92.76
	967	100.00

V72 genannt: Sample**Ref. Nr. : 72**

Position: 79
 Länge: 1

F. 24(l) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: Sample

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	58	6.00
0. nicht genannt	909	94.00
	967	100.00

V73 genannt: Wickert**Ref. Nr. : 73**Position: 80
Länge: 1

F. 24(m) Markt- und Meinungsforschungsinstitute, die vom Interviewer vorgegeben werden: Wickert

<Vollständiger Fragetext F. 24>

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. genannt	534	55.22
0. nicht genannt	433	44.78
	967	100.00

V74 Geschlecht**Ref. Nr. : 74**Position: 81 FW1: 9
Länge: 1

S. 1 Geschlecht:

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	966
1. männlich	438	45.29	45.34
2. weiblich	528	54.60	54.66
9. KA	1	0.10	.
	967	100.00	100.00

V75 Geburtsjahr**Ref. Nr. : 75**Position: 82 FW1: 9999
Länge: 4

S. 2 In welchem Jahr sind Sie geboren?

1903. 1903
.....
1973. 1973
.....
9999. KA**V76 Schulabschluß****Ref. Nr. : 76**Position: 86 FW1: 9
Länge: 1

S. 3 Welchen Schulabschluß haben Sie?

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	957
1. Hauptschul- bzw. Volksschulabschluß	402	41.57	42.01
2. Mittlere Reife, Real schulabschluß	305	31.54	31.87
3. Abitur, Fachabitur	160	16.55	16.72
4. abgeschlossenes Studium	77	7.96	8.05
5. kein Schulabschluß	13	1.34	1.36
9. KA	10	1.03	.
	967	100.00	100.00

V77 Berufstätigkeit

Ref. Nr. : 77

Position: 87 FW1: 9
Länge: 1

S. 4 Sind Sie zur Zeit berufstätig, oder sind Sie arbeitslos, Rentner, in der Ausbildung, Hausfrau, oder was machen Sie sonst?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 961
1. berufstätig	552	57.08	57.44
2. berufstätig, z. Zt. nicht beschäftigt	10	1.03	1.04
3. Betriebliche Berufsausbildung	25	2.59	2.60
4. Rentner, Pensionär	163	16.86	16.96
5. arbeitslos	13	1.34	1.35
6. Wehrpflicht, Zivildienst	5	0.52	0.52
7. führe den eigenen Haushalt	137	14.17	14.26
8. Student, Schüler	56	5.79	5.83
9. KA	6	0.62	.
	967	100.00	100.00

V78 berufl. Status

Ref. Nr. : 78

Position: 88 FW1: 0
Länge: 1 FW2: 9

S. 5 (Falls berufstätig)
Sind Sie als Arbeiter, Angestellter, Beamter oder als Selbständiger beschäftigt?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 556
1. Arbeiter	142	14.68	25.54
2. Angestellter	306	31.64	55.04
3. Beamter	52	5.38	9.35
4. Selbständiger	56	5.79	10.07
9. KA	6	0.62	.
0. TNZ (Code 3-8, 9 in S. 4)	405	41.88	.
	967	100.00	100.00

V79 sympathischste Partei

Ref. Nr. : 79

Position: 89 FW1: 9
Länge: 1 FW2: 8

S. 6 Welche Partei ist Ihnen zur Zeit am sympathischsten?

	Ungewichtet Abs.	et %	% N= 772
1. CDU/CSU	205	21.20	26.55
2. SPD	254	26.27	32.90
3. FDP	50	5.17	6.48
4. Die Grünen	30	3.10	3.89
5. Republikaner	2	0.21	0.26
6. andere Partei	8	0.83	1.04
7. keine Partei	223	23.06	28.89
8. weiß nicht	50	5.17	.
9. KA	145	14.99	.
	967	100.00	100.00

V80 Haushaltsnettoeinkommen**Ref. Nr. : 80**

Position: 90 FW1: 9
 Länge: 1

S. 7 Wie hoch ist Ihr Haushaltseinkommen? Ich meine, was haben Sie monatlich netto nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung?

	Ungewichtet		% N=
	Abs.	%	695
1. mehr als 5.000 DM	74	7.65	10.65
2. 3.000 bis 5.000 DM	174	17.99	25.04
3. 2.000 bis 3.000 DM	206	21.30	29.64
4. 1.000 bis 2.000 DM	157	16.24	22.59
5. unter 1.000 DM	84	8.69	12.09
9. KA	272	28.13	.
	967	100.00	100.00

V81 Ortsgröße**Ref. Nr. : 81**

Position: 91
 Länge: 1

S. 8 Ortsgröße

	Ungewichtet	
	Abs.	%
1. unter 20.000	428	44.26
2. 20.000 - 100.000	229	23.68
3. 100.000 - 500.000	156	16.13
4. über 500.000	154	15.93
	967	100.00

V82 Gewichtungsfaktor**Ref. Nr. : 82**

Position: 92
 Länge: 5 Dezimalstellen: 4

Gewichtungsfaktor

Variablen-Verzeichnis

V1	Studiennummer S2002	5
V2	Befragtennummer	5
V3	Bundesland	5
V4	früher bereits befragt	5
V5	wie häufig in 12 Monaten	6
V6	Art der Befragung	6
V7	Urheber der Befragung	6
V8	befragt: allg. Angaben	7
V9	befragt: Beruf, Erwerb.	7
V10	befragt: Einkommen	7
V11	befragt: Wohnverhältnis	7
V12	befragt: Verbrauchsgew.	8
V13	befragt: Freizeitaktiv.	8
V14	befragt: Gesundheit	8
V15	befragt: polit. Einstell.	8
V16	Gefühl als Befragter	9
V17	positiv: Interviewerverh.	9
V18	positiv: Situation	9
V19	positiv: Interesse Mein.	10
V20	positiv: Thema, Fragen	10
V21	positiv: Sonstiges	10
V22	negativ: Interviewerverh.	11
V23	negativ: Situation	11
V24	negativ: fehl. Informat.	11
V25	negativ: zu persönlich	12
V26	negativ: Sonstiges	12
V27	gewünschte Befragungsart	12
V28	Störung durch Spenden	13
V29	Störung durch Stat. Amt	13
V30	Störung d. polit. Partei	13
V31	Störung d. priv. Meinung	14
V32	Störung d. Versich. vertr.	14
V33	Störung d. Autohändler	14
V34	Anruf von Verkäufer	15
V35	Antwort: Beruf, Erwerb	15
V36	Antwort: Einkommen, Verm.	15
V37	Antwort: polit. Meinung	15
V38	Antwort: Wohnverhältnis	16
V39	Antwort: Verbrauchsgewohn.	16
V40	Antwort: Rauchgewohnheit	16
V41	Antwort: Freizeitaktivität	16
V42	Antwort: Trinkgewohnheit	17
V43	Antwort: eig. Gesundheit	17
V44	Antwort: Lese-, Fernseh.	17
V45	Antwort: Nutzung Werbung	17
V46	Umfragen interessant	18
V47	pers. Daten geschützt	18
V48	Belästigung zu groß	18
V49	erfüllen sinnvoll. Zweck	19
V50	Marktforsch. inst. 1. N.	19
V51	genannt: infas	19
V52	genannt: Allensbach	20
V53	genannt: Noelle-Neumann	20
V54	genannt: WicKert	20
V55	genannt: Emnid	21
V56	genannt: FORSA	21
V57	genannt: GfK	21
V58	genannt: infratest	22
V59	genannt: Stift. Warentest	22
V60	genannt: media control	22
V61	genannt: Sonstige	23
V62	bekannt: Allensbach	23
V63	bekannt: Basisresearch	23
V64	bekannt: Emnid	23
V65	bekannt: FORSA	24
V66	bekannt: GfK	24
V67	bekannt: GfM - GETAS	24
V68	bekannt: infas	24
V69	bekannt: infratest	25
V70	bekannt: Marplan	25
V71	bekannt: Nielsen	25
V72	genannt: Sample	25
V73	genannt: WicKert	26
V74	Geschlecht	26
V75	Geburtsjahr	26
V76	Schulabschluß	26
V77	Berufstätigkeit	27
V78	berufli. Status	27

Variablen-Verzeichnis

(Fortsetzung)

V79	sympathischste Partei	27
V80	Haushaltsnettoeinkommen	28
V81	Ortsgröße	28
V82	Gewichtungsfaktor	28

Inhaltsverzeichnis

Vorspann

Primärforscher:	0
Zur Beachtung bei Veröffentlichungen	1
Hinweise zur Benutzung des Codeplanes	3
Beispiel	3
Erläuterungen	4

Codebuch	5
----------------	---

Variablen-Verzeichnis	29
-----------------------------	----