

## Das Wahlkampf-Panel der German Longitudinal Election Study 2009

Konzeption, Durchführung, Aufbereitung und  
Archivierung

Version 5.0.0

*Markus Steinbrecher, Joss Roßmann &  
Michael Bergmann*



GESIS Papers 2015|03

## **Das Wahlkampf-Panel der German Longitudinal Election Study 2009**

Konzeption, Durchführung, Aufbereitung und Archivierung  
Version 5.0.0

*Markus Steinbrecher, Joss Roßmann & Michael Bergmann*

## GESIS Papers

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften  
Dauerbeobachtung der Gesellschaft  
German Longitudinal Election Study (GLES)  
Postfach 12 21 55  
68072 Mannheim  
Telefon: (0621) 12 46 -507  
Telefax: (0621) 12 46 -100  
E-Mail: [joss.rossmann@gesis.org](mailto:joss.rossmann@gesis.org)

ISSN:	2364-3781 (Online)
Herausgeber,	
Druck und Vertrieb:	GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften Unter Sachsenhausen 6-8, 50667 Köln

## Inhaltsverzeichnis

---

1	Vorbemerkungen.....	5
1.1	Arbeiten mit GLES-Daten .....	5
1.2	Meldung von Veröffentlichungen .....	5
1.3	Zitation bei Veröffentlichungen .....	5
1.4	Anlass der Neuveröffentlichung .....	6
2	Einleitung .....	7
3	Konzeption und Durchführung des Wahlkampf-Panels 2009 .....	9
3.1	Studiennummer.....	9
3.2	Titel der Studie .....	9
3.3	Erhebungszeitraum .....	9
3.4	Primärforscher/innen .....	9
3.5	Datenerhebung .....	10
3.6	Finanzierende Stelle .....	10
3.7	Grundgesamtheit und Auswahlgesamtheit.....	10
3.8	Auswahlverfahren und Quotierung.....	11
3.9	Erhebungsverfahren.....	13
3.10	Erhebungssoftware .....	14
3.11	Incentivierung der Teilnehmer.....	14
3.12	Einladung der Teilnehmer.....	14
3.13	Erinnerung der Teilnehmer.....	17
3.14	Einladungs- und Erinnerungstermine.....	18
3.15	Teilnahme am Wahlkampf-Panel .....	19
3.16	Ausschöpfung.....	25
3.17	Interviewlänge.....	27
4	Aufbereitung und Archivierung.....	28
4.1	Datensatz.....	28
4.2	Inhalt .....	28
4.3	Datenbezeichnung .....	35
4.4	Variablen im Datensatz.....	35
4.5	Fehlende Werte.....	36
4.6	Codierung von halboffenen Fragen.....	37
4.7	Codierung von offenen Fragen .....	37
4.8	Codierung der Parteien .....	37
4.9	Hinweise zu den Zeitvariablen.....	37

---

4.10	Zeitunterschreiter .....	38
4.11	Panelmutanten.....	39
4.12	Gewichtung.....	41
4.12.1	Querschnittgewichte .....	41
4.12.2	Panelgewichte.....	44
4.13	Unveröffentlichte Variablen .....	51
4.14	Postleitzahl, Wahlkreis und Bundesland.....	51
5	Hinweise und Anmerkungen .....	55
5.1	Repräsentativität von Online-Umfragen aus Online-Access-Panels.....	55
5.2	Errata .....	55
5.2.1	Wellenübergreifende Probleme.....	56
5.2.2	Probleme in Welle 1 .....	56
5.2.3	Probleme in Welle 2.....	57
5.2.4	Probleme in Welle 3.....	57
5.2.5	Probleme in Welle 4.....	57
5.2.6	Probleme in Welle 5.....	59
5.2.7	Probleme in Welle 6.....	59
5.2.8	Probleme in Welle 7.....	59
6	Literaturverzeichnis.....	61
7	Links .....	62

# 1 Vorbemerkungen

---

## 1.1 Arbeiten mit GLES-Daten

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

Um hochqualitative Datensätze zur Verfügung stellen zu können, freuen wir uns über Ihre Mithilfe. Wenn Ihnen bei Ihrer Arbeit mit den GLES-Daten ein Fehler auffällt, helfen Sie uns sehr, wenn Sie eine kurze E-Mail an [gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org) schicken. Bitte schicken Sie uns zusätzlich zu der Beschreibung des Fehlers auch die Studiennummer (ZA-Nummer) sowie die Versionsnummer des Datensatzes.

Wir empfehlen, stets mit der aktuellen Version der GLES-Daten zu arbeiten. Sie können diese unkompliziert über den Datenbestandskatalog herunterladen. Die Links zum direkten Download finden Sie auch auf den Seiten der GLES bei GESIS ([www.gesis.org/gles](http://www.gesis.org/gles)).

## 1.2 Meldung von Veröffentlichungen

Um einen Überblick über die tatsächliche Nutzung der Daten zu erhalten, bitten wir Sie um eine kurze Mitteilung bei Veröffentlichungen, die Daten der GLES verwenden (bibliographische Angaben, Studiennummer des verwendeten Datensatzes). Veröffentlichungen, die vollständig oder teilweise auf Daten der GLES beruhen, werden in der offiziellen Bibliographie der GLES aufgeführt. Wenn es sich dabei um Konferenzpapiere o.ä. handelt, die nur schwer zugänglich sind, freuen wir uns über die Überlassung eines Exemplars bzw. eines PDF-Dokuments.

### Kontakt

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften  
Postfach 122155  
68072 Mannheim  
E-Mail: [gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org)

## 1.3 Zitation bei Veröffentlichungen

Wird in Publikationen auf Daten der GLES zurückgegriffen, bitten wir diese wie folgt zu zitieren:

Rattinger, Hans; Roßteutscher, Sigrid; Schmitt-Beck, Rüdiger; Weßels, Bernhard; Steinbrecher, Markus (2015): Wahlkampf-Panel (GLES 2009). GESIS Datenarchiv, Köln. ZA5305 Datenfile Version 5.0.0, [doi:10.4232/1.12198](https://doi.org/10.4232/1.12198).

## 1.4 Anlass der Neuveröffentlichung

Im Rahmen der Erstellung des kumulierten Datensatzes aus dem Wahlkampfpanel 2009 und 2013 (ZA5757) wurde festgestellt, dass die Zeitvariablen pro Seite fehlerhaft waren. Die Korrektur der Zeitvariablen bot Anlass für eine Neuveröffentlichung des Wahlkampfpanels 2009 in der Version 5.0.0. Gleichzeitig ergibt sich die Möglichkeit dem Datensatz den in den letzten Jahren weiterentwickelten Speederindex der GLES nach Roßmann(2010) zuzuspielen. Analog zum Wahlkampfpanel 2013 wird der Speederindex für jede Welle einzeln berechnet. Darüber hinaus wird nur der Index selbst zugespielt und von einer Flagvariable abgesehen. Jeder Nutzer hat damit die Möglichkeit ein eigenes „kritisches“ Niveau für Zeitunterschreiter festzulegen, die er dann markieren kann. Die entsprechenden Gewichte, die auf Grundlage der alten Flagvariable berechnet wurden, sowie der bisherige Qualitätsindex selbst, wurden an das Ende des Datensatzes verschoben und können zur Replikation bisheriger Analysen nach wie vor verwendet werden.

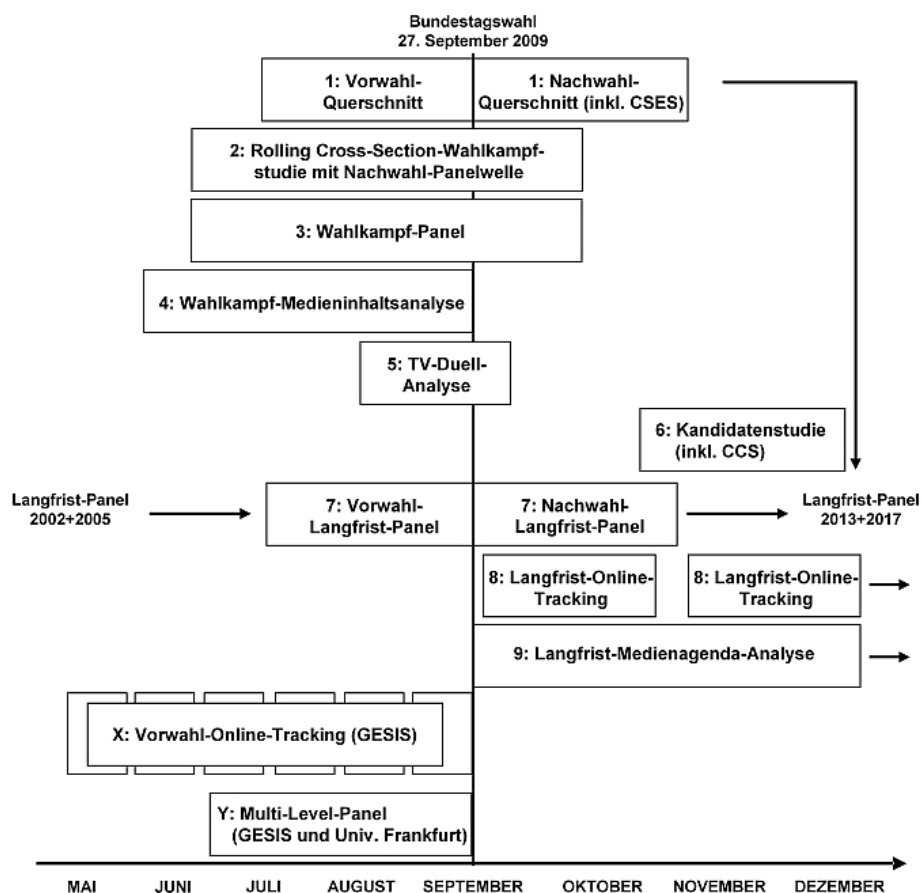


## 2 Einleitung

Die German Longitudinal Election Study (GLES) ist die bislang größte nationale Wahlstudie in Deutschland. In dem von der DFG geförderten Projekt sollen die politischen Prädispositionen und Einstellungen sowie das politische Verhalten der wahlberechtigten Bürger bei vorerst drei aufeinanderfolgenden Wahlen beobachtet und analysiert werden. Langfristig wird angestrebt, das mit der Bundestagswahl 2009 gestartete Projekt auch nach der Wahl 2017 als institutionalisierte Wahlstudie innerhalb von GESIS weiterzuführen.

Die GLES erlaubt die Analyse des Wahlverhaltens in quer- als auch längsschnittlicher Perspektive sowie in Hinblick auf kurzfristige Dynamiken während des Wahlkampfs und auch langfristige soziale Wandlungsprozesse über den Wahlzyklus hinweg (Schmitt-Beck et al. 2010). Die Abbildung 1 zeigt das grundsätzliche Design der GLES zur Bundestagswahl 2009 auf. Das Wahlkampf-Panel der GLES (Komponente 3) untersucht, ebenso wie die Rolling-Cross-Section-Wahlkampfstudie mit Nachwahl-Panelwelle (RCS, Komponente 2), die Dynamiken des Wahlprozesses während des Wahlkampfs. Im Gegensatz zur RCS geschieht dies jedoch auf der Individualebene, so dass die Beobachtung und Analyse von intra-individuellen Informationsverarbeitungs- und Entscheidungsprozessen während des Wahlkampfes möglich wird.

Abbildung 1: Das Design der German Longitudinal Election Study (GLES) 2009



Das Ziel des Wahlkampf-Panels zur Bundestagswahl 2009 war es, mit mindestens 3.000 Befragten jeweils mindestens vier Interviews durchzuführen. Dazu wurde eine Quotenstichprobe von wahlberechtigten Bürgern aus einem nicht-zufallsbasierten Online-Access-Panel gezogen. Die Befragungsteilnehmer wurden das erste Mal 12 Wochen vor der Bundestagswahl zur Umfrage eingeladen. In einem zweiwöchigen Rhythmus wurden sechs Vorwahlwellen und eine Nachwahlwelle durchgeführt. Insgesamt nahmen 4.552 Personen an der Befragung teil, von denen 3.301 an mindestens vier und 1.462 an allen sieben Befragungen teilnahmen.

Dieses GESIS Paper stellt zunächst die Konzeption und Durchführung des Wahlkampf-Panels 2009 vor. Hierbei wird das Design und die Methodik der Erhebung detailliert geschildert. Anschließend wird die Struktur des Datensatzes sowie dessen Aufbereitung und Archivierung erläutert. Hierbei werden neben grundsätzlichen Aspekten der Datenaufbereitung vor allem auch die Besonderheiten von Panel-Befragungen erläutert, etwa der Umgang mit „Panelmutanten“ und die Erstellung von Panelgewichten. Abschließend werden Hinweise zur Repräsentativität von Online-Umfragen aus nicht-zufallsbasierten Online-Access-Panels gegeben und bekannte Probleme im Datensatz detailliert beschrieben.

### 3 Konzeption und Durchführung des Wahlkampf-Panels 2009

---

#### 3.1 Studiennummer

ZA5305 (Version 5.0.0)

doi: 10.4232/1.12198

#### 3.2 Titel der Studie

German Longitudinal Election Study, Komponente 3: Wahlkampf-Panel

#### 3.3 Erhebungszeitraum

10. Juli 2009 bis 07. Oktober 2009

Tabelle 1: Feldzeit nach Wellen

Welle	Feldbeginn	Feldende
1. Welle	10. Juli 2009	20. Juli 2009
2. Welle	24. Juli 2009	02. August 2009
3. Welle	07. August 2009	17. August 2009
4. Welle	21. August 2009	31. August 2009
5. Welle	04. September 2009	13. September 2009
6. Welle	18. September 2009	27. September 2009
7. Welle	29. September 2009	07. Oktober 2009

#### 3.4 Primärforscher/innen

Prof. Dr. Hans Rattinger (Universität Mannheim)

Prof. Dr. Sigrid Roßteutscher (Goethe-Universität Frankfurt am Main)

Prof. Dr. Rüdiger Schmitt-Beck (Universität Mannheim)

PD Dr. Bernhard Weißels (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung)

### 3.5 Datenerhebung

Das Bamberger Centrum für Empirische Studien (BACES) der Otto-Friedrich-Universität Bamberg übernahm die Organisation und Durchführung der Datenerhebung. Zudem fungierte BACES als Schnittstelle zum Online-Access-Panel-Anbieter Respondi AG und übernahm die Programmierung des Fragebogens sowie das Hosting der Onlinebefragung.

### 3.6 Finanzierende Stelle

Deutsche Forschungsgemeinschaft e. V. (DFG)

### 3.7 Grundgesamtheit und Auswahlgesamtheit

Die Grundgesamtheit des Wahlkampf-Panels bildet die zur Wahl des Deutschen Bundestags am 27.09.2009 wahlberechtigte deutsche Bevölkerung. Da die Studie online durchgeführt werden sollte, hatten jedoch nicht alle wahlberechtigten Bürger eine Chance, für die Befragung des Wahlkampf-Panels ausgewählt zu werden. Die Auswahlgesamtheit umfasst daher ausschließlich wahlberechtigte Mitglieder des von der Respondi AG betriebenen Online-Access-Panels (Tabelle 2). Dieses Panel umfasste 2009 in Deutschland etwa 65.000 aktive Panelisten. Als aktive Panelisten definiert Respondi diejenigen Personen, die nach der (Double-opt-in-)Registrierung die Stammdatenbefragung ausgefüllt haben und in den letzten zwölf Monaten an mindestens einer Umfrage teilgenommen haben.

Tabelle 2: Grundgesamtheit des Respondi-Access-Panels nach soziodemographischen Merkmalen

Anteil in Prozent	
<b>Geschlecht</b>	
Weiblich	54%
Männlich	46%
<b>Bildung</b>	
Niedrig (d.h. kein Abschluss, Haupt- und Volksschule)	14%
Mittel (d.h. Realschule, Mittlere Reife)	34%
Hoch (d.h. Abitur, Fachhochschulreife, Studium)	52%
<b>Altersgruppen</b>	
14-19 Jahre	11%
20-29 Jahre	41%
30-39 Jahre	23%
40-49 Jahre	16%
50-59 Jahre	7%
60 und älter	2%

Die Panelisten werden von Respondi auf unterschiedlichen Wegen rekrutiert (Tabelle 3). Dies erfolgt überwiegend online, zu einem geringen Anteil aber auch offline. Der wichtigste Weg zur Rekrutierung der Panelisten sind die Respondi-eigenen Online-Meinungsportale (z.B. <http://www.sozioland.de>). Darüber hinaus werden auch Onsite-Befragungen, Suchmaschinen und telefonische Rekrutierung über Partnerinstitute aus der Marktforschung zur Rekrutierung genutzt.

Tabelle 3: Rekrutierungswege bei Respondi

	Anteil in Prozent
Über die Themenportale sozioland/demandi	87%
Über Online-Werbung	5%
Über Onsite-Befragungen	5%
CATI-Rekrutierung	2%
Suchmaschinen	1%

Die Mitglieder des Online-Access-Panels werden von Respondi für die Teilnahme an Befragungen incentiviert. Sie erhalten pro Minute zehn sogenannte Respondi-Punkte (rps), was 2009 ca. 0,10 € entsprach. Ab einer Auszahlungsgrenze von zehn Euro kann der Betrag an den Panelisten ausgezahlt, in Einkaufsgutscheine umgewandelt oder vom Panelisten gespendet werden. Zusätzlich werden zur Panelpflege regelmäßige Verlosungen unter den Panelisten durchgeführt.

Nach eigenen Angaben betreibt Respondi ein wirkungsvolles Qualitätsmanagement. Über ein internes Bewertungssystem wird das Antwortverhalten der Panelisten kontinuierlich beobachtet und gemessen. Gründe für ein Löschen von Panelisten aus der Datenbank sind laut Respondi beispielsweise fehlende Teilnahme über einen Zeitraum von zwölf Monaten sowie Doppelanmeldung und bewusste Falschangaben bei mehreren Befragungen.

Das Qualitätsmanagement sowie eine maßvolle Einladungsfrequenz sollen dazu beitragen, unerwünschte Effekte wie Panel-Verzerrungen oder Professionalisierung der Panelisten zu vermeiden. Ein durchschnittlicher Panelist verweilt 18 Monate im Respondi-Panel. Innerhalb eines Jahres werden ca. 15 Prozent der Panelmitglieder aufgrund von Qualitätskontrollen aus der Datenbank entfernt oder verlassen das Panel aufgrund von Ausfallsprozessen, die üblicherweise in Wiederholungsbefragungen vorkommen ("panel attrition").

Die durchschnittliche Teilnahmequote der Panelisten liegt bei einer Umfrage von fünf Feldtagen bei ca. 60 Prozent. Die Teilnahmequote wird von Respondi aus der Anzahl der begonnenen Interviews berechnet. Hierbei werden die beendeten Interviews, Screen-outs (Ausschluss bei Auswahl der zu befragenden Teilnehmer nach Thema), Quota-fulls (Ausschluss aufgrund erfüllter Quoten bei Quotenauswahl) und abgebrochenen Interviews ins Verhältnis zur Gesamtzahl der Einladungen gesetzt.

### 3.8 Auswahlverfahren und Quotierung

Die Stichprobe für das Wahlkampf-Panel wurde durch eine Quotenauswahl aus der Auswahlgesamtheit der im Online-Access-Panel zur Verfügung stehenden wahlberechtigten Personen generiert. Eingeladen wurden die Personen auf der Basis der Stammdaten von Respondi. Die endgültige Quotierung erfolgte über Angaben zu Alter, Geschlecht und Bildung, die die Befragten zu Beginn der Umfrage machen mussten. Ziel des Wahlkampf-Panels war es, mit mindestens 3.000 Befragten jeweils mindestens vier Interviews durchzuführen. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde in der zweiten Welle der Gesamtpool der Befragten durch Nachrekrutierung noch einmal um 781 Personen vergrößert. Aus dem Datensatz wurden 293 Fälle entfernt, bei denen die Angaben zu Geschlecht, Alter und Bildung zwischen den einzelnen Wellen nicht übereinstimmten (Panelmutanten, siehe Seite 39). Zwölf weitere Fälle wurden ebenfalls aus dem Datensatz entfernt. Diese Befragten gaben in offenen Fragen zu den Gründen für ihre Nichtwahl an, nicht wahlberechtigt zu sein, weil sie entweder zu jung oder keine Deutschen waren. Da dies jedoch beides Bedingungen für die Teilnahme am Wahlkampf-Panel waren, ist davon auszugehen, dass diese Personen sich unerlaubt Zugang zum Wahlkampf-Panel verschafft haben. Solche Ausfälle kann man nicht verhindern, da Panelisten schon bei der Anmeldung falsche Angaben machen oder aber den Zugang von Freunden oder Verwandten benutzen können.

Tabelle 4: Realisierung der Quoten nach Wellen vor der Datenbereinigung

In %	Soll	Zugewiesen						
		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Geschlecht								
Männlich	50,0	49,6	50,4	50,5	49,0	51,7	48,9	49,9
Weiblich	50,0	50,4	49,6	49,5	51,0	48,3	51,1	50,1
Bildung								
Niedrig*	35,0	26,1	23,0	22,1	21,0	20,8	20,5	20,2
Mitte**	40,0	39,9	40,9	41,7	41,5	41,9	41,7	42,7
Hoch***	25,0	34,0	36,1	36,2	37,5	37,3	37,8	37,1
Altersgruppe								
18-29 Jahre	25,0	24,9	24,0	23,6	22,8	22,5	23,0	22,8
30-39 Jahre	20,0	20,1	18,2	18,3	18,7	18,3	18,4	18,8
40-49 Jahre	25,0	23,6	24,4	24,3	24,2	24,9	24,7	25,3
50-59 Jahre	15,0	15,9	16,7	17,0	17,2	16,8	17,2	17,1
60 Jahre >	15,0	15,5	16,7	16,8	17,1	17,5	16,7	16,0

\*Niedrig: Schule beendet ohne Abschluss, Hauptschulabschluss, Volksschulabschluss, Abschluss der polytechnischen Oberschule 8. oder 9. Klasse, bin noch Schüler

\*\*Mittel: Realschulabschluss, Mittlere Reife, Fachschulreife oder Abschluss der polytechnischen Oberschule 10. Klasse

\*\*\*Hoch: Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule, etc.), Abitur bzw. erweiterte Oberschule mit Abschluss 12. Klasse (Hochschulreife)

Tabelle 5: Verteilung von Geschlecht, Bildung und Alter, getrennt nach Wellen nach der Datenbereinigung, mit Zeitunterschreibern\*

In %	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
<b>Geschlecht</b>							
Männlich	49,5	50,2	50,2	50,7	51,3	51,2	50,0
Weiblich	50,5	49,8	49,8	49,3	48,7	48,8	50,0
<b>Bildung</b>							
Niedrig	28,5	25,5	25,0	23,5	23,6	22,7	22,9
Mittel	38,7	39,7	39,7	40,0	40,2	40,3	40,9
Hoch	32,8	34,8	35,4	36,5	36,2	37,0	36,3
<b>Altersgruppe</b>							
18-29 Jahre	25,0	25,2	24,4	23,9	23,3	22,9	23,6
30-39 Jahre	20,0	20,0	18,0	18,1	18,2	17,8	18,4
40-49 Jahre	25,0	23,8	24,7	24,5	24,4	25,3	24,8
50-59 Jahre	15,0	15,9	16,9	17,2	17,4	17,2	17,3
60 Jahre >	15,0	15,0	16,0	16,3	16,7	16,8	15,8

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Um die Quotenvorgaben in Bezug auf die soziodemographischen Merkmale möglichst genau zu erreichen, wurden die Panelisten für die erste Welle in mehreren Stufen eingeladen. Bei Feldbeginn wurde zunächst ein sogenannter Soft-launch mit ca. 100 bis 150 Panelisten vorgenommen. Diese erste Einladungswelle erlaubte, den ordnungsgemäßen technischen Ablauf und die Programmierung zu überprüfen. Anschließend begann die eigentliche Einladungswelle (Full-launch). Um den Quotenvorgaben zu genügen, wurden zunächst verstärkt Personen mit Merkmalskombinationen eingeladen, die erfahrungsgemäß schwer zu erreichen sind (z.B. ältere Personengruppen, Personen mit niedrigen Bildungsabschlüssen). Nach Erreichen dieser Quotenvorgaben wurden Panelisten zur Teilnahme zugelassen, die zum Auffüllen der noch offenen Quoten benötigt wurden. Im Fall des Wahlkampf-Panels erfolgte eine

Nachrekrutierung von Teilnehmern zur Vergrößerung des Befragtenpools sowie zur Wiederauffüllung von Quoten nur zwischen der ersten und der zweiten Welle.

Alle eingeladenen Personen, die die Befragung innerhalb von drei Tagen nicht abgeschlossen hatten bzw. die Befragung unterbrochen hatten, wurden erneut angeschrieben und um die Fortsetzung der Teilnahme gebeten. Einen Überblick über die Realisierung der Quoten nach Wellen vor der Datenbereinigung bietet Tabelle 4. Tabelle 5 und Tabelle 6 beinhalten diese Informationen für das Wahlkampf-Panel nach der Datenbereinigung mit und ohne Zeitunterschreiter (siehe hierzu Seite 38).

**Tabelle 6:** Verteilung von Geschlecht, Bildung und Alter, getrennt nach Wellen nach der Datenbereinigung, ohne Zeitunterschreiter\*

In %	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
<b>Geschlecht</b>							
Männlich	49,9	50,6	50,6	51,2	51,7	51,6	50,1
Weiblich	50,1	49,4	49,4	48,8	48,3	48,4	49,9
<b>Bildung</b>							
Niedrig	28,6	25,1	24,5	23,1	23,2	22,3	22,3
Mittel	38,2	38,9	39,0	39,0	39,3	39,2	39,9
Hoch	33,2	36,0	36,5	37,9	37,5	38,5	37,8
<b>Altersgruppe</b>							
18-29 Jahre	23,2	21,9	21,3	20,8	20,3	21,1	21,1
30-39 Jahre	19,4	17,2	17,4	17,2	17,0	17,5	17,5
40-49 Jahre	24,6	25,6	25,5	25,5	26,3	25,8	26,5
50-59 Jahre	16,5	17,7	18,0	18,2	18,0	18,2	17,9
60 Jahre >	16,3	17,5	17,8	18,3	18,4	17,4	17,0

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

### 3.9 Erhebungsverfahren

Die Befragung erfolgte online-basiert mit einem standardisierten Fragebogen.

Die Befragung wurde in folgenden Wellen gesplittet:

- Welle 1 bis Welle 7: Eine Hälfte der Befragten erhielt bei der Abfrage der Positionsskizzen (kpx\_1070 bis kpx\_1483) über alle Wellen hinweg 7er- und die andere Hälfte 11er-Skalen. Die Weitergabe des Splits auf die Wellen ab Welle 2 ist teilweise fehlerhaft, so dass einige Befragte – anders als geplant – ihre Einschätzungen sowohl auf 7er- als auch auf 11er-Skalen abgegeben haben.
- In Welle 3 gab es separate Fragebögen für diejenigen Personen, die das Panel mit Welle 1 begonnen haben (A-Variante) und die Panelisten, die in Welle 2 zum ersten Mal befragt wurden (B-Variante). Die letztgenannte Gruppe erhielt in Welle 3 einige Fragen zur Soziodemographie, welche die Befragten ab Welle 1 schon dort beantwortet hatten. Die Befragten ab Welle 1 erhielten zusätzlich noch einen Fragenblock zum zweitwichtigsten Gesprächspartner (kp3\_2000 bis kp3\_2060).
- Welle 4 und Welle 5: Split-half: Eine Hälfte der Befragten sollte die Fragen nach der Rezeptionswahrscheinlichkeit und dem Ausgang des TV-Duells gestellt bekommen, während die andere Hälfte die Fragen nicht bekam. Die Weitergabe des Splits von Welle 4 auf Welle 5 hat allerdings nicht einwandfrei funktioniert.

### 3.10 Erhebungssoftware

GlobalPark, EFS Umfragecenter Version 6.0

### 3.11 Incentivierung der Teilnehmer

Zur Erhöhung der Teilnahmebereitschaft der Zielpersonen wurde zu Beginn der Feldarbeiten eine zusätzliche Incentivierung der Teilnehmer festgelegt. Unter allen Befragten, die an mindestens fünf Wellen der Studie teilgenommen hatten, wurden Geldpreise verlost. Ihre Höhe richtete sich nach der Zahl der Wellen, in denen eine Zielperson den Fragebogen vollständig ausgefüllt hatte.

- 50 Befragte, die an allen sieben Wellen des Wahlkampf-Panels teilgenommen hatten, erhielten jeweils 100 Euro.
- 50 Befragte, die an insgesamt sechs Wellen des Wahlkampf-Panels teilgenommen hatten, erhielten jeweils 50 Euro.
- 50 Befragte, die an insgesamt fünf Wellen des Wahlkampf-Panels teilgenommen hatten, erhielten jeweils 30 Euro.

Unter den Befragten wurde so insgesamt ein Geldbetrag von 9.000 Euro verlost.

### 3.12 Einladung der Teilnehmer

Die Einladung der Teilnehmer zu Welle 1 erfolgte durch Respondi mit folgendem Standardtext:

“Hallo (Name des Panelisten),

wir möchten Sie heute zur ersten Welle einer neuen Befragungsreihe einladen. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa 20 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 150 Panel-Punkte gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), nehmen Sie automatisch an der monatlichen Verlosung von 50 x 10 rps teil. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann. Diese Befragung ist der erste Teil von insgesamt sieben Befragungen, zu denen sie in den nächsten Wochen eingeladen werden.

Für die Qualität der Studie ist es wichtig, dass sie an möglichst vielen Wellen der Befragung teilnehmen und dies möchten wir extra belohnen:

Unter allen Personen, die

- an 7 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 100 Euro verlost
- an 6 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 50 Euro verlost
- an 5 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 30 Euro verlost

Hier geht es zur Befragung: (Link)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben Sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.



Viel Spaß bei der Befragung wünscht

Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team

++HALTEN SIE UNS AUF DEM LAUFENDEN!++ Ihre Postleitzahl hat sich geändert? Sie haben den Bund fürs Leben geschlossen oder eine neue Stelle angetreten? Aktualisieren Sie regelmäßig Ihre Daten, damit wir Sie immer gezielt zu für Sie interessante Befragungen einladen können. Loggen Sie sich hierzu einfach unter [www.respondi.de](http://www.respondi.de) mit E-Mail-Adresse und Passwort ein und gehen Sie auf den Link "Daten ändern".

Die Einladung der Teilnehmer, welche die Befragung in Welle 1 beendet hatten, erfolgte in Welle 2 bis 7 durch Respondi mit folgendem Standardtext:

"Hallo (Name des Panelisten),

wir möchten Sie heute zur X. Welle einer neuen Befragungsreihe einladen. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa XX Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen XX Panel-Punkte gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), nehmen Sie automatisch an der monatlichen Verlosung von 50 x 10 rps teil. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann. Diese Befragung ist der X. Teil von insgesamt sieben Befragungen, zu denen sie in den nächsten Wochen eingeladen werden.

Für die Qualität der Studie ist es wichtig, dass sie an möglichst vielen Wellen der Befragung teilnehmen und dies möchten wir extra belohnen:

Unter allen Personen, die

- an 7 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 100 Euro verlost
- an 6 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 50 Euro verlost
- an 5 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 30 Euro verlost.

Hier geht es zur Befragung: (Link)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben Sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.

Viel Spaß bei der Befragung wünscht

Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team

++HALTEN SIE UNS AUF DEM LAUFENDEN!++ Ihre Postleitzahl hat sich geändert? Sie haben den Bund fürs Leben geschlossen oder eine neue Stelle angetreten? Aktualisieren Sie regelmäßig Ihre Daten, damit wir Sie immer gezielt zu für Sie interessante Befragungen einladen können. Loggen Sie sich hierzu einfach unter [www.respondi.de](http://www.respondi.de) mit E-Mail-Adresse und Passwort ein und gehen Sie auf den Link "Daten ändern".

Die Einladung der Teilnehmer, welche in Welle 2 neu rekrutiert wurden, erfolgte durch Respondi mit folgendem Standardtext:

"Hallo (Name des Panelisten),

wir möchten Sie heute zur X. Welle einer neuen Befragungsreihe einladen. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa XX Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen 150 Panel-Punkte gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), nehmen Sie automatisch an der monatlichen Verlosung von 50 x 10 rps teil. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann. Diese Befragung ist der X. Teil von insgesamt sieben Befragungen, zu denen sie in den nächsten Wochen eingeladen werden.

Für die Qualität der Studie ist es wichtig, dass sie an möglichst vielen Wellen der Befragung teilnehmen und dies möchten wir extra belohnen:

Unter allen Personen, die

- an 6 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 50 Euro verlost
- an 5 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 30 Euro verlost.

Hier geht es zur Befragung: (Link)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben Sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.

Viel Spaß bei der Befragung

wünscht Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team

++HALTEN SIE UNS AUF DEM LAUFENDEN!++ Ihre Postleitzahl hat sich geändert? Sie haben den Bund fürs Leben geschlossen oder eine neue Stelle angetreten? Aktualisieren Sie regelmäßig Ihre Daten, damit wir Sie immer gezielt zu für Sie interessante Befragungen einladen können. Loggen Sie sich hierzu einfach unter [www.respondi.de](http://www.respondi.de) mit E-Mail-Adresse und Passwort ein und gehen Sie auf den Link "Daten ändern".

Wenn ein Panelist die Einladung annahm, wurde er auf die BACES-Seite weitergeleitet und dort im Namen der Verantwortlichen der GLES-Studie zur eigentlichen Befragung mit folgendem Text eingeladen:

„Herzlich willkommen!

Wir freuen uns, dass Sie an unserer Umfrage teilnehmen. Diese Befragung ist Teil eines deutschlandweiten Projekts zur Untersuchung der Bundestagswahl 2009. Mit Ihrer Teilnahme leisten Sie einen bedeutenden Beitrag zum Erfolg unserer Forschung!

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Beantworten der Fragen und danken Ihnen herzlich für Ihre Beteiligung!

Professor Dr. Hans Rattinger und Dr. Markus Steinbrecher"

### 3.13 Erinnerung der Teilnehmer

Wenn der Befragte innerhalb von drei Tagen nicht an der Studie teilnahm, bekam er eine Erinnerung mit folgendem Inhalt zugesandt:

"Hallo (Name des Panelisten),

wir haben Sie vor kurzem zur X. Welle einer Befragungsreihe eingeladen. Falls Sie noch keine Gelegenheit hatten, an dieser Umfrage teilzunehmen, würden wir uns sehr freuen, wenn Sie unsere Einladung heute annehmen würden, da uns Ihre Meinung sehr wichtig ist. Das Ausfüllen des Fragebogens wird etwa XX Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Sofern Sie zur Zielgruppe gehören (kompletter Fragebogen), werden Ihnen XXX Panel-Punkte gutgeschrieben. Falls Sie nicht für diese Befragung in Betracht kommen (verkürzter Fragebogen), nehmen Sie automatisch an der monatlichen Verlosung von 50 x 10 rps teil. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Zielgruppenbestimmung in Einzelfällen mehrere kurze Fragen beinhalten kann. Diese Befragung ist der X. Teil von insgesamt sieben Befragungen, zu denen sie in den nächsten Wochen eingeladen werden.

Für die Qualität der Studie ist es wichtig, dass sie an möglichst vielen Wellen der Befragung teilnehmen und dies möchten wir extra belohnen:

Unter allen Personen, die

- an 7 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 100 Euro verlost
- an 6 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 50 Euro verlost
- an 5 von 7 Befragungen teilnehmen, werden 50 mal 30 Euro verlost.

Hier geht es zur Befragung: (Link)

In seltenen Fällen wird am Ende der Befragung nach einem Code gefragt. Bitte geben Sie dann diesen an: (Code)

Wir versichern, dass wir die Ergebnisse, wie immer, anonym auswerten, d.h., dass wir die Daten nur in aggregierter Form präsentieren und dass Ihre persönlichen Angaben nicht mit den Ergebnisdaten in Verbindung gebracht werden.

Viel Spaß bei der Befragung wünscht

Ihre Sarah Maiwald vom respondi-Team

++HALTEN SIE UNS AUF DEM LAUFENDEN!++ Ihre Postleitzahl hat sich geändert? Sie haben den Bund fürs Leben geschlossen oder eine neue Stelle angetreten? Aktualisieren Sie regelmäßig Ihre Daten, damit wir Sie immer gezielt zu für Sie interessante Befragungen einladen können. Loggen Sie sich hierzu einfach unter [www.respondi.de](http://www.respondi.de) mit E-Mail-Adresse und Passwort ein und gehen Sie auf den Link "Daten ändern".

### 3.14 Einladungs- und Erinnerungstermine

Bedingt durch das Erhebungsdesign der Studie war keine Erhebung von Daten möglich, die die am 27. September 2009 wahlberechtigte deutsche Bevölkerung repräsentativ abbilden. Vielmehr wurden durch die Entscheidung, die Datenerhebung online durchzuführen, nur noch diejenigen Wahlberechtigten zur Auswahlgesamtheit der Studie, die über einen Internet-Zugang verfügten und die zugleich Mitglieder des Online-Access-Panels der Respondi AG waren. Hinzu kam die Möglichkeit der in dieser Dokumentation beschriebenen Panel-Effekte (siehe Abschnitt zu Panelmutanten). Zunächst wurde die Netto-Stichprobe quotiert. Unterschiedliche Gewichte im Datensatz ermöglichen zudem sowohl eine bestmögliche Annäherung an die Verteilung der soziodemographischen Merkmale in der Gesamtwählerschaft als auch an ihre Verteilung in den Bevölkerungsgruppen, die in Deutschland über einen Internet-Zugang verfügen und somit überhaupt die Möglichkeit hatten, an der Befragung teilzunehmen. Grund für eine solche Gewichtung ist eine mögliche Überrepräsentation bestimmter Gruppen. So ist es wahrscheinlich, dass es mehr junge als ältere Bürger mit Internetzugang und Teilnahmebereitschaft am Panel gibt.

Die Panelisten wurden alle zwei Wochen per E-Mail von Respondi zur Befragung eingeladen. Zusätzlich wurden bis zu drei Erinnerungen (Reminder) an diejenigen Personen geschickt, die nicht an der Umfrage teilgenommen hatten. Je nach Erfolg der Rekrutierung und Verlauf der Einladung war eine unterschiedliche Anzahl an Erinnerungen (Reminder) notwendig. Bei den Wellen 1 und 2 erfolgte eine Nachsteuerung sechs Tage nach Feldbeginn. Dabei wurden noch einmal zusätzliche Befragte zur Teilnahme an der Umfrage eingeladen, um beispielsweise schlecht besetzte Quoten gezielt aufzufüllen (Tabelle 7).

**Tabelle 7:** Einladungs- und Erinnerungstermine

	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Soft-launch	10.07.	24.07.	07.08.	21.08.	04.09.	18.09.	29.09.
Full-launch	11.07.	25.07.	08.08.	22.08.	05.09.	19.09.	30.09.
Nachsteuerung	16.07.	30.07.	---	---	---	---	---
Reminder 1	14.07.	31.07.	11.08.	24.08.	07.09.	21.09.	03.10.
Reminder 2	17.07.	---	14.08.	27.08.	10.09.	23.09.	05.10.
Reminder 3	---	---	---	30.08.	---	---	---

### 3.15 Teilnahme am Wahlkampf-Panel

Tabelle 8: Teilnahme nach Tagen, absolute und relative Häufigkeiten

	Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4	Tag 5	Tag 6	Tag 7	Tag 8	Tag 9	Tag 10	Tag 11
Welle 1	10.07.	11.07.	12.07.	13.07.	14.07.	15.07.	16.07.	17.07.	18.07.	19.07.	20.07.
N	188 5,0%	461 12,2%	608 16,1%	560 14,9%	559 14,8%	449 11,9%	493 13,1%	339 9,0%	75 2,0%	37 1,0%	2 0,1%
Welle 2	24.07.	25.07.	26.07.	27.07.	28.07.	29.07.	30.07.	31.07.	01.08.	02.08.	--
N	184 5,0%	467 12,7%	1.192 32,3%	553 15,0%	241 6,5%	105 2,8%	91 2,5%	384 10,4%	245 6,6%	227 6,2%	--
Welle 3	07.08.	08.08.	09.08.	10.08.	11.08.	12.08.	13.08.	14.08.	15.08.	16.08.	17.08.
N	638 18,8%	772 22,7%	796 23,4%	394 11,6%	377 11,1%	155 4,6%	61 1,8%	59 1,7%	67 2,0%	43 1,3%	39 1,1%
Welle 4	21.08.	22.08.	23.08.	24.08.	25.08.	26.08.	27.08.	28.08.	29.08.	30.08.	31.08.
N	71 2,3%	1.019 32,6%	757 24,2%	540 17,3%	191 6,1%	150 4,8%	201 6,4%	72 2,3%	42 1,3%	82 2,6%	4 0,1%
Welle 5	04.09.	05.09.	06.09.	07.09.	08.09.	09.09.	10.09.	11.09.	12.09.	13.09.	--
N	573 19,1%	953 31,7%	607 20,2%	357 11,9%	200 6,7%	79 2,6%	95 3,2%	49 1,6%	53 1,8%	36 1,2%	--
Welle 6	18.09.	19.09.	20.09.	21.09.	22.09.	23.09.	24.09.	25.09.	26.09.	27.09.	--
N	792 28,6%	519 18,7%	242 8,7%	333 12,0%	487 17,6%	194 7,0%	108 3,9%	54 1,9%	29 1,0%	16 0,6%	--
Welle 7	29.09.	30.09.	01.10.	02.10.	03.10.	04.10.	05.10.	06.10.	--	--	--
N	268 10,1%	669 25,2%	568 21,4%	297 11,2%	469 17,6%	191 7,2%	137 5,2%	58 2,2%	1 0,0%	--	--

Abbildung 2: Teilnahme am Wahlkampf-Panel nach Tagen – relativ

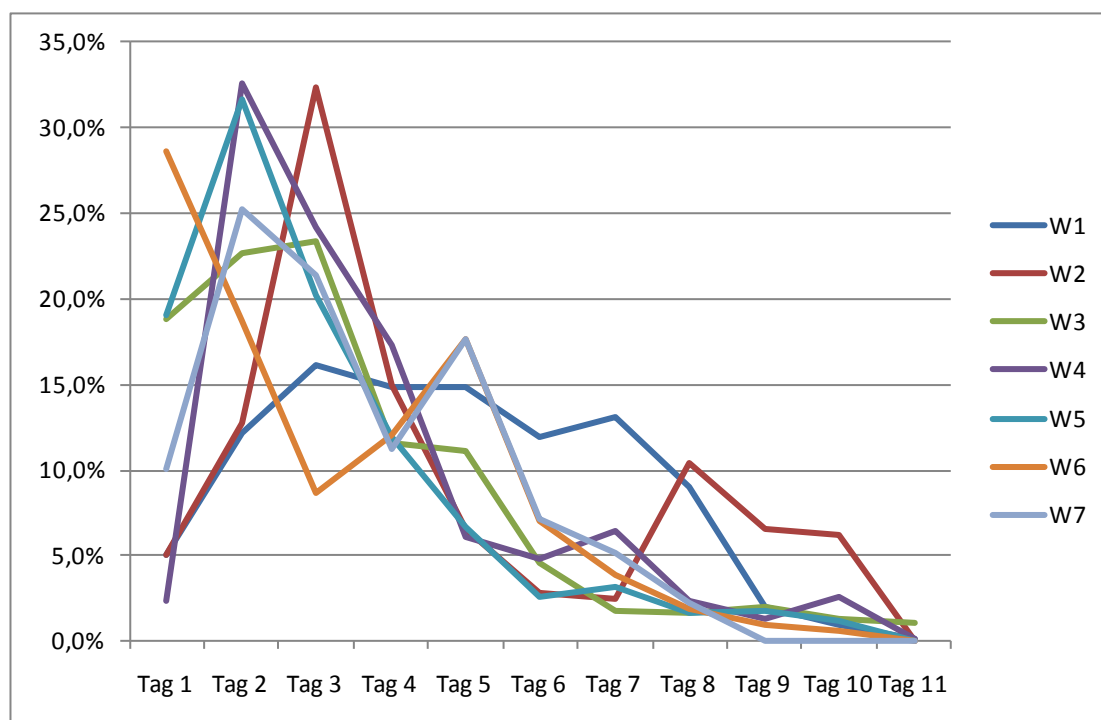


Abbildung 3: Teilnahme am Wahlkampf-Panel nach Tagen – absolut

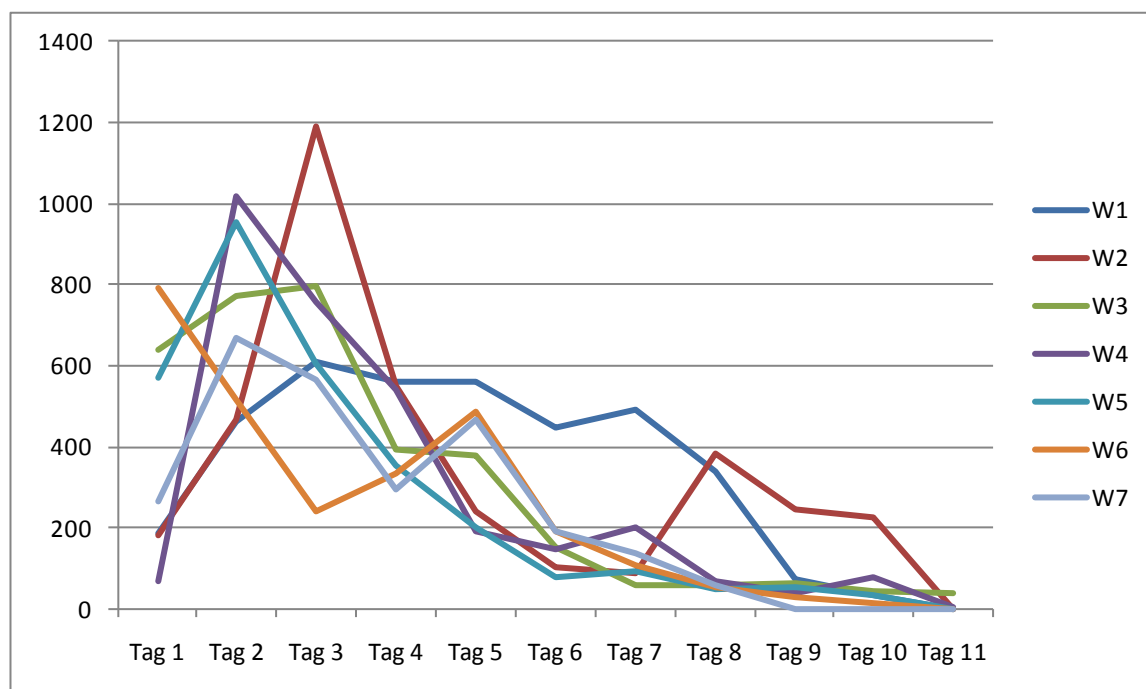


Tabelle 9: Anzahl der Befragten pro Welle nach der Datenbereinigung

	W1	W2**	W3	W4	W5	W6	W7	Gesamt
N	3.771	3.689	3.401	3.129	3.002	2.774	2.658	4.552
Zeitunterschreiter*	395	390	369	340	321	311	281	456
Kein Zeitunterschreiter*	3.376	3.299	3.032	2.789	2.681	2.463	2.377	4.096

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

\*\*Davon 781 Befragte, die erst ab Welle 2 teilgenommen haben.

Tabelle 10: Teilnehmeranzahl nach Wellen – gesamt – inklusive Zeitunterschreiter\* – absolut

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	3.771	781	0	0	0	0	0
2		2.926	946	129	60	38	29
3			2.455	885	202	80	51
4				2.115	860	206	120
5					1.880	787	252
6						1.663	744
7							1.462
Gesamt-N	3.771	3.689	3.401	3.129	3.002	2.774	2.658

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 11: Teilnehmeranzahl nach Wellen – gesamt – inklusive Zeitunterschreiter\* – relativ

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	100,0%	20,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2		79,3%	27,8%	4,1%	2,0%	1,4%	1,1%
3			72,2%	28,3%	6,7%	2,9%	1,9%
4				67,6%	28,6%	7,4%	4,5%
5					62,6%	28,4%	9,5%
6						59,9%	28,0%
7							55,0%
Gesamt-N	3.771	3.689	3.401	3.129	3.002	2.774	2.658

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 12: Teilnehmeranzahl nach Wellen – gesamt – ohne Zeitunterschreiter\* – absolut

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	3.376	797	0	0	0	0	0
2		2.579	857	119	56	33	27
3			2.175	800	185	68	46
4				1.870	780	190	107
5					1.660	708	233
6						1.464	675
7							1.289
Gesamt-N	3.376	3.299	3.032	2.789	2.681	2.463	2.377

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 13: Teilnehmeranzahl nach Wellen – gesamt – ohne Zeitunterschreiter\* – relativ

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	100,0%	23,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2		76,4%	28,3%	4,3%	2,1%	1,3%	1,1%
3			71,7%	28,7%	6,9%	2,8%	1,9%
4				67,0%	29,1%	7,7%	4,5%
5					61,9%	28,7%	9,8%
6						59,4%	28,4%
7							54,2%
Gesamt-N	3.376	3.299	3.032	2.789	2.681	2.463	2.377

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 14: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 1 – inklusive Zeitunterschreiter\* – absolut

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	3.771	0	0	0	0	0	0
2		2.908	312	81	45	29	21
3			2.455	365	117	53	40
4				2.115	404	120	81
5					1.880	404	154
6						1.663	414
7							1.462
Gesamt-N	3.771	2.908	2.767	2.561	2.446	2.269	2.172

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38



Tabelle 15: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 1 – inklusive Zeitunterschreiter\* – relativ

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2		100,0%	11,3%	3,2%	1,8%	1,3%	1,0%
3			88,7%	14,3%	4,8%	2,3%	1,8%
4				82,6%	16,4%	5,3%	3,7%
5					77,0%	17,8%	7,1%
6						73,3%	19,1%
7							67,3%
Gesamt-N	3.771	2.908	2.767	2.561	2.446	2.269	2.172

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 16: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 1 – ohne Zeitunterschreiter\* – absolut

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	3.376	0	0	0	0	0	0
2		2.579	274	74	42	26	19
3			2.175	319	108	43	37
4				1.870	357	111	71
5					1.660	355	141
6						1.464	370
7							1.289
Gesamt-N	3.376	2.579	2.449	2.263	2.167	1.999	1.927

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 17: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 1 – ohne Zeitunterschreiter\* – relativ

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2		100,0%	11,2%	3,3%	1,9%	1,3%	1,0%
3			88,8%	14,1%	5,0%	2,2%	1,9%
4				82,6%	16,5%	5,6%	3,7%
5					76,6%	17,8%	7,3%
6						73,2%	19,2%
7							66,9%
Gesamt-N	3.376	2.579	2.449	2.263	2.167	1.999	1.927

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 18: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 2 – inklusive Zeitunterschreiter\* – absolut

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	781	0	0	0	0	0
2		634	48	15	9	8
3			520	85	27	11
4				456	86	39
5					383	98
6						330
Gesamt-N	781	634	568	556	505	486

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 19: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 2 – inklusive Zeitunterschreiter\* – relativ

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W1	W3	W4	W5	W6	W7
1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2		100,0%	8,5%	2,7%	1,8%	1,6%
3			91,5%	15,3%	5,3%	2,3%
4				82,0%	17,0%	8,0%
5					75,8%	20,2%
6						67,9%
Gesamt-N	781	634	568	556	505	486

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 20: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 2 – ohne Zeitunterschreiter\* – absolut

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	720	0	0	0	0	0
2		583	45	14	7	8
3			481	77	25	9
4				423	79	36
5					353	92
6						305
Gesamt-N	720	583	526	514	464	450

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 21: Teilnehmeranzahl nach Wellen – begonnen mit Welle 2- ohne Zeitunterschreiter\* – relativ

Befragte mit Teilnahme an ... Wellen	W2	W3	W4	W5	W6	W7
1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2		100,0%	8,6%	2,7%	1,5%	1,8%
3			91,4%	15,0%	5,4%	2,0%
4				82,3%	17,0%	8,0%
5					76,1%	20,4%
6						67,8%
Gesamt-N	727	589	534	525	475	460

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

### 3.16 Ausschöpfung

Systematischer Unit Nonresponse ist eine Fehlerquelle in Umfragestudien, die die Qualität der erhobenen Daten erheblich mindern kann. Sind die in der Umfrage erhobenen Variablen mit der Teilnahme-wahrscheinlichkeit korreliert, so sind Verzerrungen der Umfrageergebnisse („Nonresponse Bias“) die Folge. Die Angabe von Ausschöpfungsquoten („Response Rates“) erlaubt eine Einschätzung darüber, wie stark eine Umfragestudie von möglicherweise systematischer Nichtteilnahme betroffen ist. Die Angabe von standardisierten Response Rates und verwandten Indikatoren für das Teilnahmeverhalten der Personen in der Stichprobe sichert die Vergleichbarkeit dieser Maße über Studien hinweg. Für das Wahlkampf-Panel der GLES werden Indikatoren für das Teilnahmeverhalten nach den 2011 publizierten Standards der American Association for Public Opinion Research (AAPOR, <http://www.aapor.org>) sowie Empfehlungen zur Berechnung der Ausschöpfung von Callegaro und DiSogra (2008) angegeben.

Bei Online-Befragungen ist die Interpretation von Response Rates in vielen Fällen problematisch, da in der Regel keine zufallsbasierten Stichprobenziehungsverfahren angewendet werden. Ein gängiger Ausweg ist daher, die Mitglieder von Online-Access-Panels zu befragen. Bei der Befragung von Teilnehmern aus selbstrekrutierten Online-Access-Panels, wie dem Online-Access-Panel von Respondi, ist es nicht sinnvoll, bei der Berechnung der Ausschöpfung von einer Response Rate zu sprechen (The American Association for Public Opinion Research 2011). Die AAPOR empfiehlt daher für Befragungen von Teilnehmern aus selbstrekrutierten Online-Panels die Angabe einer „Participation Rate“, die sich als Anteil der verwertbaren Interviews an der absoluten Anzahl aller versendeten persönlichen Befragungseinladungen berechnet. Wir greifen diese Empfehlung hier auf und bestimmen die Participation Rate als Anzahl aller vollständigen und partiell vollständigen Interviews geteilt durch die Anzahl aller Einladungen zur Befragung (vollständige (I) und partiell vollständige (P) Interviews, abgebrochene Interviews ( $R_{Breakoff}$ ), Nichtkontakte (NC) und andere Fälle (O) sowie alle Fälle, bei denen unklar ist, ob sie die Einladung erhalten und gesehen haben (UH & UO)).

$$Participation\ Rate = \frac{I + P}{(I + P) + (R_{Breakoff} + NC + O) + (UH + UO)}$$

Nicht berücksichtigt werden bei dieser Bestimmung alle Fälle, die zwar zur Teilnahme eingeladen, auf Grund der Quotierung oder der nachträglichen Identifikation als Paneldesignanten (siehe hierzu Seite 39) jedoch als nicht teilnahmeberechtigt klassifiziert wurden.

Als weiteren informativen Indikator berichten wir den Anteil der Befragungsabbrüche in der Online-Befragung. Hierfür wird die „Breakoff Rate“ (Callegaro u. DiSogra 2008) berechnet als

$$\text{Breakoff Rate} = \frac{R_{\text{Breakoff}}}{(I + P) + (R_{\text{Breakoff}})}$$

wobei  $R_{\text{Breakoff}}$  die Anzahl der Befragungsabbrüche, I die Anzahl der vollständigen Interviews und P die Anzahl der partiellen Interviews ist. Die Breakoff Rate gibt mit anderen Worten den Anteil der Befragungsabbrüche an allen begonnen Interviews wieder.

Tabelle 22: Ausschöpfungsstatistik des Wahlkampf-Panels

Kategorie/Indikator		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
<i>Teilnahmeberechtigte Fälle</i>								
Anzahl der von Res- pondi versandten Be- fragungseinladungen	<i>n</i>	12.423	6.022	4.862	4.847	4.841	4.835	4.829
Vollständige und parti- ell vollständige Inter- views (I & P)	<i>n</i>	3.771	3.689	3.401	3.129	3.002	2.774	2.658
Befragungsabbrüche ( $R_{\text{Breakoff}}$ )	<i>n</i>	607	407	329	354	388	438	292
Unbekannt, ob die Befragungseinladung erhalten und gesehen wurde (UH)	<i>n</i>	7.224	1.522	720	992	1.065	1.249	1.524
<i>Nicht teilnahmeberechtigte Fälle</i>								
Quote er- füllt/abgewiesen	<i>n</i>	557	-	-	-	-	-	-
Nicht im Datensatz enthaltene Mutanten	<i>n</i>	264	404	412	372	386	404	355
Participation Rate	%	32,5	65,7	76,4	69,9	67,4	62,2	59,4
Breakoff Rate	%	13,9	9,9	8,8	10,2	11,4	13,6	9,9

Die Brutto-Stichprobe für die erste Welle des Wahlkampf-Panels wurde von Respondi aus ihrem Online-Access-Panel gezogen. Die ausgewählten Panelisten wurden von Respondi zur Teilnahme eingeladen. Nur ein Teil der eingeladenen Panelisten hat die Einladung angenommen und die Befragung auch begonnen. Die Differenz zwischen begonnenen und beendeten Interviews ergibt sich aus zwei Gruppen: Panelisten, die das Interview begannen, aber nicht beendeten, wurden der Kategorie Befragungsabbrüche zugeordnet. Um den Quotenvorgaben zu genügen, wurden Panelisten mit bestimmten Merkmalen nach Erreichen der einzelnen Vorgaben von der Teilnahme ausgeschlossen. Die betroffenen Teilnehmer wurden als nicht teilnahmeberechtigt klassifiziert und der Kategorie Quote erfüllt/abgewiesen zugeordnet. Des Weiteren wurden bei der Bereinigung der Daten „Mutanten“ (siehe Seite 39) identifiziert, welche ebenfalls als nicht teilnahmeberechtigte Fälle gewertet und aus dem Datensatz entfernt wurden.

Die Brutto-Stichprobe für die zweite Welle des Wahlkampf-Panels bildeten die Panelisten, welche die erste Welle des Panels beendeten (inklusive Mutanten). Zudem wurde das Wahlkampf-Panel in der zweiten Welle mit weiteren Befragten aufgestockt. Hierfür wurden 2.000 Panelisten von Respondi aus

ihrem Online-Access-Panel gezogen und zur Teilnahme eingeladen, von denen 781 die zweite Welle des Wahlkampf-Panels vollständig absolvierten (siehe Tabelle 23).

Die Tabelle 23 gibt einen Überblick über die Ausschöpfung über die Wellen des Wahlkampf-Panels hinweg, jeweils für alle Panelisten, die ab der ersten Welle des Wahlkampf-Panels teilgenommen haben, sowie für diejenigen Panelisten, die mit der zweiten Welle nachrekrutiert wurden. Hierfür wird wiederum eine Participation Rate angegeben, die den Anteil der vollständigen Interviews in einer Panelwelle an der Gesamtzahl der Panelisten angibt.

Tabelle 23: Ausschöpfung über die Wellen des Wahlkampf-Panels

		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Panelisten aus W1	<i>n</i>	3.771	3.771	3.771	3.771	3.771	3.771	3.771
Nachrekrutiert Panelisten aus W2	<i>n</i>		781	781	781	781	781	781
Gesamtstichprobe	<i>n</i>	3.771	4.552	4.552	4.552	4.552	4.552	4.552
Vollständige Interviews der Panelisten aus W1	<i>n</i>	3.771	2.908	2.767	2.561	2.446	2.269	2.172
Participation Rate Panelisten aus W1	%	100,0	77,1	73,4	67,9	64,9	60,2	57,6
Vollständige Interviews der Panelisten aus W2	<i>n</i>		781	634	568	556	505	486
Participation Rate Panelisten aus W2	%		100,0	81,2	72,7	71,2	64,7	62,2
Vollständige Interviews aller Panelisten	<i>n</i>	3.771	3.689	3.401	3.129	3.002	2.774	2.658
Participation Rate aller Panelisten	%	100,0	81,0	74,7	68,7	65,9	60,9	58,4

### 3.17 Interviewlänge

Tabelle 24: Teilnehmerzeiten inklusive Zeitunterschreiter\*

	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Arithmetisches Mittel	22:38	23:29	24:07	25:00	28:18	33:09	22:45
Median	20:15	20:59	21:13	21:51	25:09	29:41	20:08
Standardabweichung	11:13	11:13	12:28	13:56	14:19	17:26	12:25
Minimum	2:25	3:18	2:26	3:08	2:01	2:42	1:59
Maximum	142:12	102:26	134:43	269:45	137:09	200:38	191:26

Angabe im Format (Minuten:Sekunden)

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

Tabelle 25: Teilnehmerzeiten ohne Zeitunterschreiter\*

	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Arithmetisches Mittel	23:35	24:38	25:21	26:23	29:50	35:03	23:53
Median	20:58	21:50	22:19	22:52	26:18	31:34	21:00
Standardabweichung	11:04	11:00	12:12	13:54	14:02	16:56	12:13
Minimum	7:34	5:47	6:53	7:44	7:35	6:35	6:25
Maximum	142:12	102:26	134:43	269:45	137:09	200:38	191:26

Angabe im Format (Minuten:Sekunden)

\*Zur Problematik der Zeitunterschreiter siehe Seite 38

## 4 Aufbereitung und Archivierung

### 4.1 Datensatz

Version: 4.0.0 (2013-09-18)

Datei: ZA5305\_v4-0-0.sav (SPSS), ZA5305\_v4-0-0.dta (Stata)

### 4.2 Inhalt

Tabelle 26: Liste der gestellten Fragen, nach Wellen

Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Politisches Interesse, allgemein	kpx_10		X		X		X	X
Demokratiezufriedenheit	kpx_20	X		X		X		X
Idee Demokratie	kpx_30					X		X
Einstellungen zu Parteien allgemein	kpx_40		X			X		
Einstellungen zu Politik und Gesellschaft	kpx_50	X			X		X	X
Extremismusbatterie 1	kpx_60			X				
Andere Partizipationsformen retrospektiv	kpx_70			X				X
Andere Partizipationsformen prospektiv	kpx_80		X					
Politisches Wissen: 5%-Klausel	kpx_90		X		X		X	X
Politisches Wissen: Wahlgeheimnis	kpx_100			X				
Politisches Wissen: Erst-/Zweitstimme	kpx_110	X			X		X	X
Politisches Wissen: Zahl Bundesländer	kpx_120		X					
Politisches Wissen: Wahlrecht D	kpx_130			X			X	
Politisches Wissen: Bundesrat	kpx_140			X			X	
Politisches Wissen: Überhangmandate, Filter	kpx_141						X	X
Überhangmandate, Bewertung	kpx_142						X	X
Überhangmandate, Aussagen	kpx_143						X	X
Überhangmandate, Bedeutung	kpx_144						X	X
Politisches Wissen: Überhangmandate	kpx_145						X	X
Überhangmandate, retrospektiv	kpx_146						X	
Überhangmandate, BTW 2009	kpx_147						X	X
Überhangmandate, kollektive Rationalität	kpx_148						X	
Überhangmandate, Verhalten allgemein	kpx_149						X	
Zufriedenheit Parteienangebot	kpx_150					X		X
Überhangmandate, Verhalten Ego	kpx_151						X	
Institutionenvertrauen	kpx_160		X				X	
Wahlbeteiligungsabsicht	kpx_170	X	X	X	X	X	X	
Veränderung Wahlbeteiligungsabsicht nach 30.08.	kpx_171					X		
Veränderung Wahlbeteiligungsabsicht nach TV-Duell	kpx_172						X	
Wahlbeteiligung	kpx_180							X
Beabsichtigte Stimmabgabe	kpx_190	X	X	X	X	X	X	

Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Stimmabgabe Briefwähler	kpx_191			X	X	X	X	
BTW Erst-/Zweitstimme	kpx_200							X
Hypothetische Stimmabgabe	kpx_210	X	X	X	X	X	X	
Alternativ wählbare Partei	kpx_220							X
Welche Partei alternativ wählbar	kpx_230							X
Gründe für Nichtwahl, offen	kpx_240	X						
Gründe für Nichtwahl, gestützt	kpx_250		X	X	X	X	X	X
Gründe für Nichtwahl, Batterie	kpx_251							X
Gründe für Wahlentscheidung, offen	kpx_260	X	X	X	X	X	X	X
Gründe für Wahlentscheidung, Batterie	kpx_261							X
Sicherheit der Wahlentscheidung	kpx_270	X	X	X	X	X	X	
Veränderung Sicherheit Wahlentscheidung nach 30.08.	kpx_271					X		
Veränderung Wahlentscheidung nach 30.08.	kpx_272					X		
Veränderung Sicherheit Wahlentscheidung nach TV-Duell	kpx_273						X	
Veränderung Wahlentscheidung nach TV-Duell	kpx_274						X	
Hypothetische Wahlentscheidung	kpx_280							X
Hypothetische Wahlentscheidung Partei	kpx_290							X
Nicht wählbare Partei	kpx_300			X			X	
Welche Partei nicht wählbar	kpx_310			X			X	
Zeitpunkt der Wahlentscheidung	kpx_320							X
Zeitpunkt der Nichtwahlentscheidung	kpx_321							X
Schwierigkeit der Wahlentscheidung	kpx_330							X
Schwierigkeit der Wahlbeteiligung	kpx_331							X
Zufriedenheit Wahlergebnis	kpx_340							X
Wahlergebnis: Gewinner und Verlierer	kpx_341							X
Recall vorangegangene BTW (Erst-/Zweitstimme)	kpx_350	X			X			X
Recall Europawahl	kpx_360		X					
Recall Landtagswahl	kpx_370			X				
Interesse am Ausgang der Wahl	kpx_380		X	X	X	X	X	
Interesse am Wahlkampf	kpx_390		X	X	X	X	X	
Interessanter Wahlkampf	kpx_391							X
Aufmerksamkeit Wahlkampf	kpx_392							X
Meinungen über den Wahlkampf	kpx_393						X	
Aufmerksamkeit Landtagswahlen 30.08.	kpx_394					X		
Wahlkampf hilfreich	kpx_395							X
Media Reliance	kpx_396							X
Parteikontakte	kpx_400		X	X	X	X	X	
Parteikontakte, Wahlkampf	kpx_401							X
Parteikontakte, Art	kpx_410		X	X	X	X	X	X
Parteikontakte, Art, Partei	kpx_420		X	X	X	X	X	X
Skalometer Parteien	kpx_430	X	X	X	X	X	X	X
Interessenvertretung	kpx_440					X		
Regierung, Unterschiede	kpx_450		X		X		X	X

Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Parteien, Unterschiede	kpx_460		X		X		X	X
Große Koalition, Problemlösungskompetenz	kpx_470				X			
Große Koalition, Einfluss Parteien	kpx_480				X			
Große Koalition, Blockade	kpx_490				X			
Große Koalition, Schuld an Blockade	kpx_500				X			
CDU/CSU-FDP-Koalition, Problemlösungskompetenz	kpx_501							X
Parteienimages, Zerstrittenheit	kpx_641						X	
Skalometer Politiker	kpx_650	X	X	X	X	X	X	X
Eigenschaften der Kanzlerkandidaten	kpx_660	X	X	X	X	X	X	X
Kanzler-Präferenz	kpx_670	X	X	X	X	X	X	X
Links-Rechts-Einstufung Spitzenkandidaten	kpx_680			X			X	
Merkel, gute Seiten	kpx_690			X				
Merkel, schlechte Seiten	kpx_700					X		
Steinmeier, gute Seiten	kpx_710			X				
Steinmeier, schlechte Seiten	kpx_720					X		
Skalometer Regierung	kpx_730		X		X		X	
Leistung Regierungsparteien	kpx_740		X		X		X	
Leistung Oppositionsparteien	kpx_750		X		X		X	
Eigene wirtschaftliche Lage, retrospektiv	kpx_760	X			X		X	X
Verantwortlichkeit eigene wirtschaftliche Lage	kpx_770	X			X		X	X
Eigene wirtschaftliche Lage, aktuell	kpx_780		X		X		X	X
Eigene wirtschaftliche Lage, prospektiv	kpx_790	X		X		X		X
Allgemeine wirtschaftliche Lage, retrospektiv	kpx_800	X			X		X	X
Verantwortlichkeit allgemeine wirtschaftliche Lage	kpx_810	X			X		X	X
Allgemeine wirtschaftliche Lage, aktuell	kpx_820	X		X		X		X
Allgemeine wirtschaftliche Lage, prospektiv	kpx_830		X		X		X	X
Wichtigstes Problem	kpx_840	X	X	X	X	X	X	X
Lösungskompetenz: Wichtigstes Problem	kpx_850	X	X	X	X	X	X	X
Zweitwichtigstes Problem	kpx_860	X	X	X	X	X	X	X
Lösungskompetenz: Zweitwichtigstes Problem	kpx_870	X	X	X	X	X	X	X
Drittwichtigstes Problem	kpx_880	X	X	X	X	X	X	X
Lösungskompetenz: Drittwichtigstes Problem	kpx_890	X	X	X	X	X	X	X
Ost-West	kpx_900							X
Skalometer Koalitionen	kpx_910					X		
Gewünschte Koalition	kpx_920	X	X	X	X		X	X
Wahrnehmung Koalitionssignale	kpx_930					X		
Antizipierte Mehrheitsverhältnisse	kpx_940					X		
Regierungserwartung	kpx_950					X		
Erwartete Koalition	kpx_960	X	X	X	X		X	X
Koalitionssignale CDU/CSU	kpx_970				X			
Koalitionssignale SPD	kpx_980				X			
Koalitionssignale FDP	kpx_990				X			
Koalitionssignale Grüne	kpx_1000				X			



Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Koalitionssignale Linke	kpx_1010				X			
Stimmenanteile BTW 09 geschätzt	kpx_1020				X		X	
Stimmenanteile BTW 09 gewünscht	kpx_1030				X		X	
Wahlkreisgewinner	kpx_1040		X				X	
Wahrnehmung Meinungsumfragen	kpx_1050	X	X	X	X	X	X	
Glaubwürdigkeit Meinungsumfragen	kpx_1051	X	X	X	X	X	X	
Stärkste Partei BTW	kpx_1060		X				X	
Koalitionsvignetten	kpx_1061					X		
sozök Dimension, Parteien	kpx_1070	X			X			X
sozök Dimension, Kanzlerkandidaten	kpx_1080				X			
sozök Dimension, Ego	kpx_1090	X			X			X
sozök Dimension, Wichtigkeit	kpx_1100	X			X			X
li-re-autoritär, Parteien	kpx_1110	X			X			X
li-re-autoritär, Kanzlerkandidaten	kpx_1120				X			
li-re-autoritär, Ego	kpx_1130	X			X			X
li-re-autoritär, Wichtigkeit	kpx_1140	X			X			X
Wirtschaftspolitik, Parteien	kpx_1150		X			X		
Wirtschaftspolitik, Kanzlerkandidaten	kpx_1160		X					
Wirtschaftspolitik, Ego	kpx_1170		X			X		
Wirtschaftspolitik, Wichtigkeit	kpx_1180		X			X		
Integration, Parteien	kpx_1190		X			X		
Integration, Kanzlerkandidaten	kpx_1200		X					
Integration, Ego	kpx_1210		X			X		
Integration, Wichtigkeit	kpx_1220		X			X		
Europa, Parteien	kpx_1230			X				
Europa, Kanzlerkandidaten	kpx_1240			X				
Europa, Ego	kpx_1250			X				
Europa, Wichtigkeit	kpx_1260			X				
Klimaschutz, Parteien	kpx_1270		X			X		
Klimaschutz, Kanzlerkandidaten	kpx_1280		X					
Klimaschutz, Ego	kpx_1290		X			X		
Klimaschutz, Wichtigkeit	kpx_1300		X			X		
Generationengerechtigkeit, Parteien	kpx_1310			X			X	
Generationengerechtigkeit, Kanzlerkandidaten	kpx_1320			X				
Generationengerechtigkeit, Ego	kpx_1330			X			X	
Generationengerechtigkeit, Wichtigkeit	kpx_1340			X			X	
Kernenergie, Parteien	kpx_1350	X			X			X
Kernenergie, Kanzlerkandidaten	kpx_1360				X			
Kernenergie, Ego	kpx_1370	X			X			X
Kernenergie, Wichtigkeit	kpx_1380	X			X			X
Kriminalität, Parteien	kpx_1390			X			X	
Kriminalität, Kanzlerkandidaten	kpx_1400			X				
Kriminalität, Ego	kpx_1410			X			X	

Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Kriminalität, Wichtigkeit	kpx_1420			X			X	
Rolle Staat Wirtschaftspolitik, Parteien	kpx_1430						X	
Rolle Staat Wirtschaftspolitik, Ego	kpx_1440						X	
Rolle Staat Wirtschaftspolitik, Wichtigkeit	kpx_1450						X	
Schuldenaufnahme des Staates, Parteien	kpx_1460					X		
Schuldenaufnahme des Staates, Ego	kpx_1470					X		
Schuldenaufnahme des Staates, Wichtigkeit	kpx_1480					X		
Außenpolitik, Parteien	kpx_1481						X	
Außenpolitik, Ego	kpx_1482						X	
Außenpolitik, Wichtigkeit	kpx_1483						X	
Links-Rechts-Einstufung Parteien	kpx_1490	X	X	X	X	X	X	X
Links-Rechts-Selbsteinstufung	kpx_1500	X	X	X	X	X	X	X
Links-Rechts-Einstufung Koalitionen	kpx_1510				X		X	
Emotionen: Wut, Intensität Merkel	kpx_1520		X			X		X
Emotionen: Begeisterung, Intensität Merkel	kpx_1530		X			X		X
Emotionen: Wut, Intensität Steinmeier	kpx_1540		X			X		X
Emotionen: Begeisterung, Intensität Steinmeier	kpx_1550		X			X		X
Emotionen: Wut, Intensität Bundestagswahl	kpx_1551					X		
Emotionen: Begeisterung, Intensität Bundestagswahl	kpx_1552					X		
Emotionen: Wut Intensität Wahlergebnis	kpx_1553							X
Emotionen: Begeisterung, Intensität Wahlergebnis	kpx_1554							X
Emotionen: Angst, Intensität, Batterie	kpx_1560		X			X		X
Need...	kpx_1570				X		X	
Risikobereitschaft	kpx_1571						X	
Kollektive Efficacy/Konfliktvermeidung/ Kontrollüberzeugung	kpx_1572						X	
Wichtigste Informationsquelle aktuell	kpx_1580		X		X			
Allgemeine Internetnutzung aktuell	kpx_1590		X	X	X	X	X	X
Internetnutzung, politisch aktuell	kpx_1600		X	X	X	X	X	X
Internetnutzung, Seiten aktuell gestützt	kpx_1610		X	X	X	X	X	X
Wichtigste Informationsquelle allgemein	kpx_1620	X						
Allgemeine Internetnutzung allgemein	kpx_1630	X						
Internetnutzung, politisch allgemein	kpx_1640	X						
Internetnutzung, Seiten allgemein offen	kpx_1650	X						
Printmediennutzung - politisch aktuell	kpx_1660		X	X	X	X	X	X
Printmediennutzung - Bias aktuell	kpx_1670		X	X	X	X	X	X
Fernsehnutzung, Nachrichten aktuell	kpx_1680		X	X	X	X	X	X
Fernsehnutzung, Bias aktuell	kpx_1690		X	X	X	X	X	X
Nachrichtenmagazine aktuell	kpx_1700		X	X	X	X	X	X
Nachrichtenmagazine, Bias aktuell	kpx_1710		X	X	X	X	X	X
Printmediennutzung - politisch allgemein	kpx_1720	X						
Printmediennutzung - Bias allgemein	kpx_1730	X						
Fernsehnutzung, Nachrichten allgemein	kpx_1740	X						
Fernsehnutzung, Bias aktuell	kpx_1750	X						

Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Nachrichtenmagazine aktuell	kpx_1760	X						
Nachrichtenmagazine, Bias aktuell	kpx_1770	X						
TV-Duell: Rezeptionswahrscheinlichkeit	kpx_1780				X	X		
TV-Duell: Erwarteter Ausgang	kpx_1790				X	X		
TV-Duell: Rezeption	kpx_1800						X	
TV-Duell: Wahrgenommener Ausgang Merkel	kpx_1810						X	
TV-Duell: Wahrgenommener Ausgang Steinmeier	kpx_1820						X	
TV-Duell: Positive Aspekte Merkel	kpx_1830						X	
TV-Duell: Negative Aspekte Merkel	kpx_1840						X	
TV-Duell: Positive Aspekte Steinmeier	kpx_1850						X	
TV-Duell: Negative Aspekte Steinmeier	kpx_1860						X	
TV-Duell: Rezeption des Medienurteils	kpx_1870						X	
TV-Duell: Wahrgenommenes Medienurteil Merkel	kpx_1880						X	
TV-Duell: Wahrgenommenes Medienurteil Steinmeier	kpx_1890						X	
TV-Duell: Rezeption des Urteils des sozialen Umfelds	kpx_1900						X	
TV-Duell: Wahrgenommenes Urteil des sozialen Umfelds Merkel	kpx_1910						X	
TV-Duell: Wahrgenommenes Urteil des sozialen Umfelds Steinmeier	kpx_1920						X	
Gespräche über Politik	kpx_1930	X	X	X	X	X	X	X
Gesprächspartner 1, Beziehung	kpx_1940	X	X	X	X	X	X	X
Gesprächspartner 1, Verständnis von Politik	kpx_1950	X	X	X	X	X	X	X
Gesprächspartner 1, Meinungsverschiedenheit	kpx_1960	X	X	X	X	X	X	X
Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung	kpx_1970	X	X	X	X	X	X	X
Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation	kpx_1980	X	X	X	X	X	X	X
Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei	kpx_1990	X	X	X	X	X	X	X
Weitere Gesprächspartner	kpx_2000			X*				
Gesprächspartner 2, Beziehung	kpx_2010			X*				
Gesprächspartner 2, Verständnis von Politik	kpx_2020			X*				
Gesprächspartner 2, Meinungsverschiedenheit	kpx_2030			X*				
Gesprächspartner 2, Wahlentscheidung	kpx_2040			X*				
Gesprächspartner 2, Parteiidentifikation	kpx_2050			X*				
Gesprächspartner 2, Parteiidentifikation, Partei	kpx_2060			X*				
Wertebatterie	kpx_2070		X			X		X
Inglehart-Items	kpx_2080						X	
Parteiidentifikation	kpx_2090	X		X		X		X
Parteiidentifikation, Stärke	kpx_2100	X		X		X		X
Parteiidentifikation, Dauer	kpx_2110	X		X		X		X
Parteiidentifikation, Nachfragen	kpx_2120			X				
Parteiidentifikation Vater	kpx_2130					X		
Parteiidentifikation Mutter	kpx_2140					X		
Gerechtigkeit/Egalitarismus	kpx_2150					X		
Allgemeines Vertrauen	kpx_2160					X		
Allgemeine Lebenszufriedenheit	kpx_2170					X		

Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Persönlichkeitsbatterie	kpx_2180	X					X	
ASKO	kpx_2190			X				
Verbundenheitsbatterie	kpx_2200	X				X		
Gerechte Gesellschaftsordnung	kpx_2250					X		
Gerechtigkeit Bevölkerungsgruppe	kpx_2260					X		
Gerechtigkeit Ego	kpx_2270					X		
Geschlecht	kpx_2280	X	X	X	X	X	X	X
Geburtsdatum	kpx_2290	X	X	X	X	X	X	X
Familienstand	kpx_2300	X		X*				
Partner vorhanden	kpx_2310	X	X	X*				
Schulabschluss	kpx_2320	X	X	X*	X	X	X	X
Berufliche Bildung	kpx_2330	X		X*				
Erwerbstätigkeit	kpx_2340	X		X*				
Frühere Erwerbstätigkeit	kpx_2350	X		X*				
Arbeitslosigkeit	kpx_2360	X		X*				
Dauer Arbeitslosigkeit	kpx_2370	X		X*				
Arbeitslosigkeit aktuell	kpx_2371					X		
Arbeitslosigkeit aktuell Dauer	kpx_2372					X		
Beruf	kpx_2380	X		X*				
Früherer Beruf	kpx_2390	X		X*				
Schulabschluss Partner	kpx_2391	X		X*				
Erwerbstätigkeit Partner/in	kpx_2400	X		X*				
Frühere Erwerbstätigkeit Partner/in	kpx_2410	X		X*				
Beruf Partner/in	kpx_2420	X		X*				
Früherer Beruf Partner/in	kpx_2430	X		X*				
Anzahl Personen HH	kpx_2440	X		X*				
Personen unter 18	kpx_2450	X		X*				
Organisationsmitgliedschaft	kpx_2460		X					
Gewerkschaftsmitgliedschaft HH	kpx_2470		X					
Religionszugehörigkeit	kpx_2480		X					
Kirchgangshäufigkeit, christlich	kpx_2490		X					
Kirchgangshäufigkeit, jüdisch	kpx_2500		X					
Kirchgangshäufigkeit, islamisch	kpx_2510		X					
Deutsche Staatsbürgerschaft	kpx_2520		X					
Deutsche Staatsbürgerschaft, seit wann	kpx_2530		X					
Geburtsland	kpx_2540		X					
Alter, Zuzug	kpx_2550		X					
Geburtsland Partner/in	kpx_2560		X					
Geburtsland, Eltern	kpx_2570		X					
Schichtzugehörigkeit, subjektiv	kpx_2580		X					
Nettoeinkommen HH	kpx_2590		X					
Wohnort	kpx_2600		X					
Bundesland**	kpx_2601	X		X				

Frage	Nr.	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Postleitzahl***	kpx_2602	X		X*				
Soziale Marktwirtschaft Zufriedenheit	kpx_2610					X		
Idee soziale Marktwirtschaft	kpx_2620					X		
Priorität Staatsausgaben	kpx_2630			X				
Teilnahme nächste Welle	kpx_2640	X	X	X	X	X	X	
Teilnahme weitere Wellen	kpx_2650	X	X	X	X	X		
Bundeswehr, Auslandseinsätze	kpx_2660			X		X	X	X
Bundeswehr, Krieg in Afghanistan	kpx_2670			X		X	X	X
Kernenergie, Optionen	kpx_2680			X		X		
Kernenergie, Aussagen	kpx_2690			X		X		
Alt vs. Jung, Aussagen	kpx_2700			X		X		
Alt vs. Jung, Rentenkopplung Nettolöhne	kpx_2710			X		X		
Wirtschaftskrise, Zufriedenheit Bundesregierung	kpx_2720				X			
Wirtschaftskrise, Aussagen	kpx_2730				X			

\* In Welle 3 gab es separate Fragebögen für diejenigen Personen, die das Panel mit Welle 1 begonnen haben (A-Variante) und denjenigen, die in Welle 2 zum ersten Mal befragt wurden (B-Variante). Die letztgenannte Gruppe erhielt in Welle 3 einige Fragen zur Soziodemographie, welche die Befragten ab Welle 1 schon dort beantwortet hatten (kp3\_2300, kp3\_2310, kp3\_2330 bis kp3\_2370, kp3\_2380 bis kp3\_2450, kp3\_2602). Die Befragten ab Welle 1 erhielten zusätzlich noch einen Fragenblock zum zweitwichtigsten Gesprächspartner (kp3\_2000 bis kp3\_2060).

\*\* Die Angaben zum Bundesland wurden zusammengefasst und sind in der Variable fedstate enthalten (siehe Anmerkungen zu PLZ, Wahlkreis und Bundesland)

\*\*\* Diese Variable ist aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht im Datensatz enthalten.

### 4.3 Datenbezeichnung

Die Bezeichnung einer Variable setzt sich aus der Wellennummer und der Bezeichnung des Items innerhalb des Fragebogens zusammen, der der Erhebungswelle zugrunde liegt. Item 2280 in Erhebungswelle 1 hat im Datensatz beispielsweise die Bezeichnung kp1\_2280. Die so bezeichneten „W-Variablen“ beziehen sich auf die Teilnahme an den einzelnen Wellen und geben Auskunft darüber, an welchen Erhebungswellen ein Befragter teilgenommen hat. Befragte, die an einer Welle nicht teilgenommen haben, weisen bei den Variablen dieser Welle systemdefiniert fehlende Werte (system missing values) auf.

### 4.4 Variablen im Datensatz

Der Datensatz des Wahlkampf-Panels setzt sich aus verschiedenen Typen von Variablen zusammen. Metadaten beschreiben den Datensatz und seine Erstellung. Sie umfassen Variablen, die für die Archivierung und Distribution der Studie benötigt werden, z.B. die Studiennummer, die Versionskennung und die Feldzeit der Erhebung. Gewichtungsvariablen umfassen Querschnitt- und Panelgewichte (siehe Seite 41). Kontextvariablen geben Auskünfte über den regionalen Kontext der Befragten – hier den Wahlkreis, in dem Befragte leben. Weitere Variablen, z.B. die Kennzeichnung von Mutanten (siehe Seite 39) und Zeitunterschreitern (siehe Seite 38), sind als sonstige Variablen erfasst. Bei Systemvariablen handelt es sich um Items, die nicht vom Befragten direkt zu beantworten waren, sondern technischer Natur sind. Hierzu zählen zum Beispiel das Befragungsdatum, die laufende Identifikationsnummer von

Befragten sowie Variablen, die Splits im Fragebogen aufzeigen. Weiterhin wird zwischen inhaltlichen, soziodemographischen und administrativen Variablen unterschieden. Letztere umfassen Variablen zur Teilnahme der Befragten am Wahlkampf-Panel. Zu guter Letzt enthält der Datensatz des Wahlkampf-Panels sogenannte Stammdaten des Online-Access-Panels. Hierbei handelt es sich um Profildaten der Befragten, die diese beim Eintritt in das Online-Access-Panel oder zu einem späteren Zeitpunkt gemacht haben. Einen Überblick über die Gesamtzahl der Variablen in den einzelnen Wellen bietet Tabelle 27.

Tabelle 27: Anzahl der Variablen Gesamt und nach Wellen

	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	Wellen- über- greifend	Gesamt
Metadaten	--	--	--	--	--	--	--	5	5
Gewichtungs- variablen	--	--	--	--	--	--	--	68	68
Kontextvariablen	--	--	--	--	--	--	--	13	13
Sonstige Variablen	--	--	--	--	--	--	--	22	22
Systemvariablen	5	5	6	6	6	5	5	1	39
Inhaltliche Variablen	308	445	492	416	514	563	521	--	3.259
Soziodemographische Variablen	32	30	31	4	4	4	4	32	141
Administrative Vari- ablen	2	2	2	2	2	2	1	--	11
Zeitvariablen	191	229	259	221	261	277	245	--	1.683
Stammdaten Online-Panel	--	--	--	--	--	--	--	14	14
Gesamt	538	711	790	649	787	850	775	155	5.255

#### 4.5 Fehlende Werte

Bei Variablen mit weniger als 90 gültigen Ausprägungen wurden für fehlende Werte Codes zwischen 90 und dem höchsten möglichen Wert vergeben. Bei Variablen mit mehr als 90 gültigen Ausprägungen wurden für fehlende Werte Codes zwischen 990 und dem höchstmöglichen Wert vergeben.

Standardmäßig werden Werte für ‚weiß nicht‘ (98 bzw. 998), ‚keine Angabe‘ (99 bzw. 999) und ‚trifft nicht zu‘ (100 bzw. 1000) vergeben. Je nach Frage können zusätzliche fehlende Werte hinzukommen, z.B. ‚war nicht wahlberechtigt‘ (996) oder ‚sonstige Nennung‘ (997).

Der Kategorie ‚trifft nicht zu‘ (100) wurden Fälle zugeordnet, wenn diese eine Frage aufgrund von Filterweiterleitungen nicht gestellt bekommen haben. Der jeweilige Weiterleitungsgrund ist in Klammern dargestellt. Beispiel: 100 trifft nicht zu (kp1\_170: 4, 5, 98, 99).

## 4.6 Codierung von halboffenen Fragen

Halboffene Fragen liegen im Datensatz in der Regel in zwei verschiedenen Variablen vor. Die Versionen sind mit den Großbuchstaben A und B gekennzeichnet. Die jeweiligen Versionen beinhalten folgende Kategorien:

Version A: Vorgegebene Antwortkategorien + Gesamtzahl der „anderen“. Diese Variable kann auch Recodierungen enthalten. Wird in der offenen Abfrage (z.B. andere Partei, und zwar) eine Antwort genannt, die den vorgegebenen Antwortkategorien entspricht, so wird diese nachträglich jener Antwortkategorie zugeordnet. Wird in der offenen Abfrage nichts oder etwas inhaltlich nicht Interpretierbares eingetragen, so wird dies nachträglich als "sonstige Nennung" recodiert.

Version B: Vorgegebene Antwortkategorien + alle Nennungen der 1. Codierung der offenen Nennungen. Diese Variable enthält neben den oben genannten noch weitere Recodierungen, etwa "weiß nicht", "sonstige Nennung" und weitere.

## 4.7 Codierung von offenen Fragen

Offene Fragen, also Fragen ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten, wurden von BACES codiert. Für die Codierung der Gründe für die Wahlentscheidung (kpx\_260) und die Fragen nach dem wichtigsten, zweitwichtigsten und drittwichtigsten Problem in Deutschland (Agendafrage, kpx\_840, kpx\_860 und kpx\_880) wurden die Codierschemata des GLES-Projekts verwendet (siehe [www.gesis.org/gles](http://www.gesis.org/gles)). Die Codevorlagen für die Codierung der Gründe der Nichtwahl (kpx\_240, kpx\_250) entstanden aus den Erfahrungen, die im Verlauf des Wahlkampf-Panels mit den Angaben der Befragten gemacht wurden. Die Codes wurde also nicht a priori festgelegt, sondern es wurde auf die tatsächlichen Antworten in den anfänglichen Wellen Bezug genommen.

## 4.8 Codierung der Parteien

Die Codierung der Parteien erfolgte nach dem einheitlichen Codierschema Parteien der GLES. Die Parteien CDU/CSU, SPD, FDP, GRÜNE sowie DIE LINKE wurden in allen Fragen genannt, bei denen die Befragten eine Partei nennen mussten. Hierzu zählen die beabsichtigte und die hypothetische Stimmabgabe, die Problemlösungskompetenz oder auch die Regierungserwartung. Andere Nennungen mussten die Befragten in ein offenes Feld eintragen. Die offenen Nennungen der Befragten wurden anhand des Codierschemas codiert und den weiteren Nennungen hinzugespielt. Hieraus ergeben sich die zwei Versionen für halboffene Fragen (siehe oben). Die Codes für die einzelnen Parteien sowie weitere relevante Nennungen können dem Codierschema Parteien im Internet unter [www.gesis.org/gles](http://www.gesis.org/gles) entnommen werden.

## 4.9 Hinweise zu den Zeitvariablen

Die zum Wahlkampf-Panel zugehörigen Zeitvariablen werden in einem separaten Datensatz zum Herunterladen angeboten und können mittels der Variable lfdn "Laufende Nummer" an den Datensatz des Wahlkampf-Panels heran gespielt werden. Zur Analyse der Antwortzeiten befinden sich im Datensatz zwei Arten von Zeitvariablen. Die erste Gruppe von Variablen, mit *t\_Variablenname* (Beispiel: *t\_kp1\_820*), gibt die Antwortzeit des Befragten auf dieser speziellen Seite wieder. Allerdings können auf einer Seite auch mehrere Items abgefragt werden. In diesem Fall wird die Zeitvariable nach der ersten Variable dieser Seite benannt. Die Zeitvariablen mit der Bezeichnung *tZahl\_Variablenname* (Beispiel: *t3\_kp1\_820*) geben die kumulierte Zeit an, die der Befragte gebraucht hat, um bis an diese

bestimmte Stelle des Interviews zu gelangen. Die kumulierten Zeitvariablen sind durchnummeriert, wodurch die Reihenfolge der Fragen nachvollzogen werden kann. Dies ist durch die Zahl hinter dem  $t$  gekennzeichnet.

#### 4.10 Zeitunterschreiter

Aufgrund der fehlenden Kontrolle der Befragten durch einen Interviewer in Online-Erhebungen, der Lerneffekte in Panelstudien und der besonderen Anreiz- und Belohnungsstruktur durch die Lotterie (siehe Incentivierung der Teilnehmer) ist das Wahlkampf-Panel der GLES mit dem Problem zu schneller Reaktionszeiten („Zeitunterschreitung“) konfrontiert. Zeitunterschreitung bedeutet, dass einige Befragte die Umfrage deutlich schneller abschließen als der Großteil der Teilnehmer. Ein schneller Abschluss der Befragung ist noch kein Problem per se, da es aufgrund bestimmter sozialstruktureller und persönlicher Merkmale (z.B. Bildung, Alter, Intelligenz, Reaktionsgeschwindigkeit) deutliche Unterschiede in der Beantwortungsdauer zwischen Befragten geben kann. Zudem kommt es durch die Wiederholung von Fragen oder Frageblöcken in Panelstudien zu Lerneffekten, die zu einem schnelleren Abschluss der Befragung führen können. Dennoch ist davon auszugehen, dass bei einer deutlichen Unterschreitung der mittleren Befragungsdauer die Interviewqualität leidet, weil die Befragten weniger substantielle Antworten abgeben und statt dessen bestimmte Variablenblöcke durch Erlernen der Filterführung überspringen, häufiger keine Angabe machen oder „weiß nicht“-Nennungen abgeben.

In der Fachliteratur gibt es keine etablierten Standards für die Identifikation von Zeitunterschreitern. In der Regel beziehen die Maße für deren Identifikation den Median bzw. Mittelwert der Verteilung und die Streuung mit ein und wählen auf dieser Basis ein Abschnidekriterium, das nicht unterschritten (teilweise auch zusätzlich nicht überschritten) werden darf (vgl. ausführlich Mayerl u. Urban 2008). Diese Befragten werden dann entweder aus dem Datensatz ausgeschlossen oder durch Markervariablen gekennzeichnet. Das Wahlkampf-Panel folgt der zweiten Variante. Die dichotome Variable `zuind10` enthält die Information, ob es sich bei einem Befragten um einen Zeitunterschreiter handelt oder nicht.

Für die Identifikation der Zeitunterschreiter im Wahlkampf-Panel der GLES wurden zwei Kriterien verwendet. Als erstes Element wurden die Befragungszeiten je angezeigter Seite einbezogen. Die Zahl der angezeigten Seiten variierte zwischen 95 in der ersten Welle und 138 in der sechsten Welle. Der Focus auf angezeigte Seiten erlaubt eine wesentlich differenziertere Messung der Befragungsgeschwindigkeit im Vergleich zur Verwendung eines einzigen Parameters, der die Befragungsdauer über die gesamte Umfrage hinweg misst. Durch dieses Vorgehen kann zum einen die komplexe Filterstruktur, aus der sehr stark divergierende Befragungsdauern resultieren können, zum anderen können aber auch Befragungsunterbrechungen (Befragte haben die Umfrage begonnen, unterbrochen und dann später fortgesetzt) berücksichtigt werden. Als erster Schritt auf dem Weg zur Berechnung eines Qualitätsindex<sup>9</sup> wurde für jede angezeigte Seite ein separater Indexwert berechnet. Für Personen mit einer Befragungszeit im obersten 5 Prozent-Quantil der Verteilung der verbrauchten Zeit pro Seite über alle Befragten wurde die jeweilige Seite aus der Berechnung des Zeitindex<sup>9</sup> herausgenommen, um eine Verzerrung durch Befragungsunterbrechungen zu verhindern. Für diese Befragten reduziert sich demnach die Anzahl der in die Indexberechnung einbezogenen Seiten. Personen, deren Befragungszeit zwischen dem Median und dem höchsten 5 Prozent-Quantil lag, erhielten für die jeweilige Seite den Wert 1. Für Befragte mit einem Zeitverbrauch zwischen 1 Sekunde und dem Median wurden Werte berechnet, indem die jeweilige verbrauchte Zeit (in Sekunden) durch den Median geteilt wurde. Je weiter die Befragungsdauer unter dem Median liegt, desto kleiner ist somit der Indexwert. Die so für jede Seite berechneten Indexwerte wurden über die Seiten aller 7 Wellen hinweg gemittelt. Somit ergibt sich auf der Basis der Befragungsdauer ein Index mit einem theoretischen Wertebereich zwischen 0 und 1, bei dem niedrige Werte eine zu schnelle Beantwortung und damit eine schlechtere



Befragungsqualität kennzeichnen, während hohe Werte dementsprechend für eine angemessenere Dauer und eine bessere Qualität der Befragung stehen.

Um der Möglichkeit einer schnelleren Grundgeschwindigkeit bestimmter Befragter sowie den Lerneffekten innerhalb eines siebenwelligen Panels Rechnung zu tragen, wurde für die Identifikation der Zeitunterschreiter nicht nur ein reines Zeitkriterium herangezogen, sondern als zweites Element die Anzahl von „keine Angabe“ berücksichtigt. Dafür wurde für jede Welle die Zahl der Nennungen von „keine Angabe“ eines Befragten mit der in der jeweiligen Welle maximal möglichen Zahl von „keine Angabe“ ins Verhältnis gesetzt. Der so entstehende Quotient hat einen Wertebereich zwischen 0 und 1. Er nimmt den Wert 1 an, wenn ein Befragter bei keinem Item der Umfrage „keine Angabe“ angeklickt hat und wird 0, wenn der Befragte die maximal mögliche Zahl von „keine Angabe“ abgegeben hat. Über alle Wellen hinweg wurde auf der Basis dieser Indexwerte ein Mittelwert gebildet.

In dem letztendlich verwendeten Index zur Identifikation der Zeitunterschreiter sind der Zeitindex und der „keine Angabe“-Index gleichgewichtet eingeflossen, d.h. es wurde der Mittelwert aus beiden Indizes gebildet. Somit ergibt sich ein Zeitunterschreiter-Index mit einem Wertebereich zwischen 0 und 1. Dieser Index ist mit einem Mittelwert von 0,908 und einer Standardabweichung von 0,070 sehr links-schief verteilt, was für eine im Mittel sehr gute Qualität der Befragung spricht. Ein Minimum von 0,25 und ein Maximum von 1,00 zeigen aber, dass nahezu die gesamte Bandbreite des Index' ausgenutzt wird. Auf der Basis dieses kombinierten Index' wurde die Markervariable für die Zeitunterschreiter erstellt. Zeitunterschreiter sind im Wahlkampf-Panel der GLES diejenigen Befragten, deren Indexwert im untersten 10-Prozent-Quantil (zuind10) der Verteilung liegt. Dies sind insgesamt 456 Befragte.

Aufgrund der vorherigen Ausführungen wird empfohlen, die als Zeitunterschreiter gekennzeichneten Befragten aus Analysen mit dem Wahlkampf-Panel auszuschließen. Separate Gewichte (siehe Seite 41) für Analysen mit und ohne Zeitunterschreiter stehen allerdings zur Verfügung.

Der in Version 5.0.0 neu hinzugefügte Zeitunterschreiter-Index identifiziert Zeitunterschreiter anhand einer modifizierten Routine des von Roßmann (2010) weiterentwickelten Algorithmus und betrachtet ausschließlich die aufgewendete Zeit für die Befragung. Hierfür wird ein Index gebildet (Variable `kpx_speederindex`), der sowohl die Antwortdauer der Befragten auf allen Bildschirmseiten der Befragung als auch die Interviewdauer je Befragtem einbezieht und Indexwerte zwischen größer 0 und kleiner 2 annimmt. Ein Indexwert von 1 zeigt eine mittlere Antwortgeschwindigkeit an, während Werte gegen 0 im Mittel sehr schnelle und Werte gegen 2 im Mittel sehr langsame Antwortzeiten anzeigen. Jeder Nutzer hat die Möglichkeit ein eigenes kritisches Niveau an Zeitunterschreitern festzulegen und aus der Analyse auszuschließen.

#### 4.11 Panelmutanten

Neben Panelmortalität und Paneffekten sind Panelstudien, und dabei insbesondere Online-Panels, mit dem Problem der Mutation von Befragten konfrontiert. Panelmutation bedeutet, dass sich sozialstrukturelle Eigenschaften der Zielpersonen verändern. Dies kann erstens durch natürliche Prozesse (Alterung, Weiterqualifizierung) hervorgerufen werden. Solche Mutationen sind unproblematisch und sollten bei einem 7-Wellen-Panel, das sich über einen Zeitraum von 14 Wochen erstreckt, wenn überhaupt, nur in einem sehr geringen Ausmaß vorkommen. Eine zweite, problematischere Ursache für Mutationen besteht in unabsichtlichen (und absichtlichen) Falscheingaben, die bei Online-Erhebungen durch mangelnde Interviewerkontrolle und durch Lerneffekte im Laufe des Panels (= Paneffekte, vgl. Schnell et al. 2005), die zu einer weniger konzentrierten Durchführung der Befragung führen können, verursacht werden. Die dritte Ursache für Mutationen ergibt sich ebenfalls aus dem Fehlen einer Kontrolle der Befragten durch einen Interviewer: Es kann nicht garantiert werden, dass die Umfrage durch andere Personen als die Zielperson beantwortet wird.

Um die Entstehungschancen für Mutationen zu minimieren, wurden zu Beginn jeder Welle des Wahlkampf-Panels mit dem Geschlecht, dem Geburtsjahr und dem Bildungsabschluss die drei Merkmale abgefragt, die auch für die Quotenauswahl (siehe dort) herangezogen wurden. Entscheidend für die Bestimmung eines Befragten als Mutant war die Kombination der drei Merkmale in der für ihn ersten Welle (W1 oder W2). Weichen die Angaben in einer der Folgewellen von der ersten Welle ab, so gilt der Befragte als Panelmutant. Leider konnte Respondi keine Kontrolle der richtigen Merkmalskombination (im Abgleich mit der jeweiligen ersten Welle) während der Eingabe sicherstellen, so dass Mutationen nicht verhindert werden konnten, beispielsweise durch den Hinweis „Sie sind nicht die richtige Zielperson!“ und eine Verweigerung der Möglichkeit, die Umfrage zu beginnen. Eine weitere potentielle Quelle für Mutationen entstand während der Fragebogenprogrammierung bei BACES. So wurde mehrfach die Reihenfolge bei der Abfrage der Geschlechtszugehörigkeit geändert (W1-W3, W5: Weiblich/Männlich; W4, W6, W7: Männlich/Weiblich), obwohl es dafür keinerlei Anweisung aus der Projektgruppe gab. Durch die Variationen der Abfrage wurden die Befragten möglicherweise irritiert und die Wahrscheinlichkeit für fehlerhafte Eingaben erhöht.

Die Identifikation und Dokumentation von Mutationen war nur ex post, also nach Abschluss der Erhebungsarbeiten, möglich. Insgesamt traten folgende Mutationen auf (Tabelle 28 und Tabelle 29).

Tabelle 28: Panelmutanten

Panelmutanten insgesamt	1.045
Fälle gelöscht	293
Fälle angepasst	752

Tabelle 29: Anpassung der Panelmutanten

N=752, In %	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
Welle gelöscht	--	17,7	21,4	18,5	20,9	20,3	19,7
Keine Anpassung	97,5	71,9	66,9	68,1	66,6	70,1	70,3
Anpassung	2,5	10,4	11,7	13,4	12,5	9,6	10,0
davon Anpassung von							
Geschlecht	--	--	--	2,0	3,3	0,9	1,1
Bildung	1,3	9,2	10,6	9,0	7,6	7,0	7,4
Geburtsjahr	1,2	1,2	1,1	2,4	1,6	1,5	1,5
Bildung und Geburtsjahr	--	--	--	--	--	0,1	--

Mit den Mutanten wurde wie folgt umgegangen:

*Fälle wurden aus dem Datensatz gelöscht*, wenn eine oder mehrere Eigenschaften in allen anderen Wellen von der ersten Erhebung abwichen. Einzige Ausnahme waren Abweichungen beim Geburtsjahr, wenn der Fehler in der 1. Welle auftrat, weil das Alter oder „19“ (Befragter dachte, er sollte ein vierstelliges Jahresformat eintragen, es waren aber nur zweistellige Eingaben möglich) eingegeben wurde, sofern durch Prüfung anderer Variablen (Beruf, Erwerbstätigkeit) eine eindeutige Bestimmung des Alters möglich war. Insgesamt wurden auf der Basis dieser Kriterien 293 Befragte aus dem Datensatz gelöscht.

*Einzelne Wellen wurden aus dem Datensatz gelöscht, wenn ...*

- sich mindestens zwei Merkmale änderten.
- es beim Geschlecht einmalige Abweichungen in den Wellen 1 bis 3 gab oder aber mehrfache Abweichungen in allen Wellen auftraten.

- es beim Geburtsjahr Abweichungen um mindestens ein Jahr nach oben oder unten gab sowie bei Eingabe von „19“ (Ausnahme: 1. Welle und alle anderen Wellen stimmten überein (siehe oben)).
- es beim Bildungsniveau Abweichungen um einen Abschluss nach oben oder unten gab und das in mehr als zwei Wellen vorkam. Wellen wurden auch gelöscht bei einmaliger Abweichung nach oben oder unten um mehr als einen Bildungsabschluss. Wenn es mehrere Wechsel gab, wurden alle veränderten Wellen gelöscht.

*Sozialstrukturelle Merkmale wurden angepasst, wenn ...*

- es Abweichungen beim Geschlecht in den Wellen 4 bis 7 (wegen unterschiedlicher Reihenfolge der Abfrage durch BACES) gab.
- es Abweichungen beim Geburtsjahr gab:
  - Wenn irrtümlich das Alter eingetragen wurde (Summe aus Alter + in späterer Welle angegebenes Geburtsjahr = 2008 oder 2009).
  - Wenn irrtümlich „19“ eingetragen wurde und über Prüfung anderer Variablen (Beruf, Erwerbstätigkeit) eindeutig war, dass der Befragte nicht 1919 geboren sein kann.
  - Trat eine der genannten Abweichungen beim Alter nur in der 1. Welle auf und die anderen Wellen stimmten überein, wurde die 1. Welle angepasst.
- es Abweichungen beim Bildungsniveau gab:
  - Bei einmaliger oder zweimaliger identischer Abweichung (ein Abschluss nach oben oder unten bzw. bei jungen Befragten Verwechslung von Abschluss und „noch Schüler“).
  - Dreimalige identische Abweichung war nur bei jungen Befragten (unter 21 Jahre) zulässig.

Allgemein galt für Anpassungen die Regel, dass nicht mehr als die Hälfte der verfügbaren Wellen angepasst werden durften.

Der Datensatz enthält Variablen, welche die Mutationen von Befragten, die im Datensatz belassen wurden, kennzeichnen. Die Variable *mutant* gibt an, ob bei einem Befragten Mutationen aufgetreten sind oder nicht. Die Variablen *mut\_w1* bis *mut\_w7* enthalten die genauen Informationen wie mit den sozialstrukturellen Angaben und den Informationen des Befragten in der jeweiligen Welle verfahren worden ist. Mit diesen Variablen ist eine genaue Identifikation der Modifikationen der Befragten Daten möglich.

## 4.12 Gewichtung

Die folgende Beschreibung der im Datensatz enthaltenen Gewichtungsvariablen soll deren korrekte Anwendung erleichtern. Grundsätzlich ist dabei zwischen Querschnitt- und Panelgewichten zu unterscheiden.

### 4.12.1 Querschnittsgewichte

Für die Berechnung der Querschnittsgewichte erfolgte eine soziodemographische Anpassung an bekannte Merkmalsverteilungen der Grundgesamtheit (siehe Tabelle 30). Als Referenzen wurden zum einen Daten des Mikrozensus 2009 für die wahlberechtigte Bevölkerung in Deutschland und zum anderen des (N)Onliner-Atlas 2009 (Initiative D21 2009) für die Online-Population verwendet. Mit Hilfe eines iterativen Anpassungsverfahrens („iterative proportional fitting“, IPF; vgl. Deming u. Stephan

1940) wurden die Ist-Verteilungen der einzelnen Wellen an die jeweiligen Soll-Verteilungen der GewichtungsvARIABLEN Alter, Geschlecht, Bildungsabschluss sowie Herkunftsregion angepasst. Eine Iteration beschreibt dabei den Prozess der schrittweisen Anpassung dieser vier Merkmale, wobei die nach jedem Anpassungsschritt resultierenden Gewichtungsfaktoren als Ausgangspunkt für die Anpassung der Randverteilung des nächsten Merkmals verwendet werden. Dieser Vorgang wird so lange wiederholt, bis die Differenz zwischen den gewichteten Randverteilungen aller einbezogenen GewichtungsvARIABLEN und den bekannten Soll-Verteilungen in der jeweiligen Welle ein Abbruchkriterium (0,05 Prozent) unterschreitet.

Da die Identifikation von Zeitunterschreibern (siehe Seite 38) eine gesonderte Berechnung der Gewichtungsfaktoren notwendig machte, gibt es für jede Welle (X: 1-7) vier verschiedene Querschnittsgewichte:

- gew\_q1\_wX: Querschnittsgewicht inklusive Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des Mikrozensus
- gew\_q2\_wX: Querschnittsgewicht inklusive Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des (N)Onliner-Atlas
- gew\_q3\_wX: Querschnittsgewicht ohne Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des Mikrozensus
- gew\_q4\_wX: Querschnittsgewicht ohne Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des (N)Onliner-Atlas

Eine Ausnahme bildet die zweite Erhebungswelle, da hier Befragte nacherhoben wurden, um die angestrebte Endfallzahl zu erreichen. Für diese Nacherhebungen gibt es somit vier weitere Querschnittsgewichte (gew\_q5\_w2, gew\_q6\_w2, gew\_q7\_w2 und gew\_q8\_w2).

Die Variable Alter (kpx\_2290) wurde kategorisiert und umfasst die Intervalle „18 bis unter 30 Jahre“, „30 bis unter 40 Jahre“, „40 bis unter 50 Jahre“, „50 bis unter 60 Jahre“ sowie 60 Jahre und älter“. Bei der Variable Bildungsabschluss (kpx\_2320) wurden zum einen die beiden Kategorien „Schule beendet ohne Abschluss“ und „Haupt-/Volksschulabschluss/Abschluss der polytechnischen Oberschule 8. oder 9. Klasse“ sowie zum anderen die Kategorien „Fachhochschulreife (Abschluss einer Fachoberschule etc.)“ und „Abitur bzw. erweiterte Oberschule mit Abschluss der 12. Klasse (Hochschulreife)“ zusammengefasst. Die Kategorie „Realschulabschluss, Mittlere Reife, Fachschulreife oder Abschluss der polytechnischen Oberschule 10. Klasse“ wurde beibehalten. Befragte, die angaben, noch zur Schule zu gehen, wurden aufgrund der geringen Fallzahl und der damit verbundenen problematischen Anpassung dieser Kategorie anhand ihres Alters und der Einschätzung ihrer zukünftigen Wirtschaftslage den genannten Bildungsabschlüssen zugeordnet. Die AnpassungsvARIABLEN Geschlecht (kpx\_2280) und Herkunftsregion (kpx\_2601) umfassen die Ausprägungen „männlich“ und „weiblich“ sowie „Westdeutschland“ und „Ostdeutschland (inkl. Berlin)“. Fehlende Werte wurden, sofern möglich, durch Stammdaten des Erhebungsinstituts (Respondi AG) ersetzt.

Die Berechnung der Gewichtungsfaktoren, das heißt die Anpassung an die repräsentativen Verteilungen der wahlberechtigten Bevölkerung (Mikrozensus 2009) beziehungsweise der Online-Population (Initiative D21 2009), konnte nach wenigen Iterationen abgebrochen werden, da die Differenz zwischen gewichteten Istwerten in der Stichprobe und den Sollwerten weniger als 0,05 Prozent betrug. 95 Prozent der Fälle in der jeweiligen Welle besitzen einen Gewichtungsfaktor kleiner 3,2. Um sehr große Gewichtungsfaktoren aufgrund des deutlich höheren Anteils von Befragten über 60 Jahre, die keinen Internetzugang besitzen, zu vermeiden, wurden die Faktoren auf den fünffachen Mittelwert der Gewichtungsvariable getrimmt. Die jeweiligen Intervalle liegen somit in einem Bereich zwischen 0,4 und 5,0. Bei der Anpassung an die Merkmalsverteilungen der Online-Population (Initiative D21 2009) weisen 95 Prozent der Gewichtungsfaktoren einen Wert kleiner 2,3 auf. Die Intervalle liegen in den ein-

zelenen Wellen zwischen 0,5 und 3,0. Eine Begrenzung der Gewichtungsfaktoren war hier nicht notwendig.

Tabelle 30: Soll- und Istwerte (1. und 7. Welle)

	SOLL (Mikro- zensus 2009)	SOLL ((N)Onli- ner- Atlas 2009)	IST <i>vor</i> Gewich- tung (inkl. Zeitun- terschreiter)		IST <i>vor</i> Gewich- tung (ohne Zeitun- terschreiter)		IST <i>nach</i> Gewich- tung (Mikrozensus 2009)		IST <i>nach</i> Gewich- tung ((N)Onliner- Atlas 2009)	
			Welle 1	Welle 7	Welle 1	Welle 7	Welle 1	Welle 7	Welle 1	Welle 7
<b>Geschlecht</b>										
männlich	48,3	53,6	49,5	50,0	49,9	50,1	48,3	48,3	53,6	53,6
weiblich	51,7	46,4	50,5	50,0	50,1	49,9	51,7	51,7	46,4	46,4
<b>Alter von ... bis unter... Jahren</b>										
18-30	16,7	23,3	25,3	23,3	23,2	21,1	16,7	16,7	23,3	23,3
30-40	13,7	21,2	20,0	18,6	19,4	17,5	13,7	13,7	21,2	21,2
40-50	20,1	24,3	23,8	25,5	24,6	26,5	20,1	20,1	24,3	24,3
50-60	16,8	15,9	15,9	17,1	16,5	17,9	16,8	16,8	15,9	15,9
60 und älter	32,7	15,3	15,0	15,5	16,3	17,0	32,7	32,7	15,3	15,3
<b>Schulbildung</b>										
kein Schulab- schluss /Volks- und Hauptschul- abschluss	44,2	34,9	26,8	21,5	27,1	22,0	44,2	44,2	34,9	34,9
Mittlere Rei- fe/Realschulabsch luss	29,7	32,6	39,6	41,5	39,3	41,1	29,7	29,7	32,6	32,6
Fach- /Hochschulreife	26,1	32,5	33,6	37,0	33,6	36,9	26,1	26,1	32,5	32,5
<b>Herkunftsregion</b>										
Westdeutschland	78,1	79,6	81,7	80,7	81,5	80,3	78,1	78,1	79,6	79,6
Ostdeutschland (inkl. Berlin)	21,9	20,4	18,3	19,3	18,5	19,7	21,9	21,9	20,4	20,4

#### 4.12.2 Panelgewichte

Um der Problematik eines systematischen Ausfalls von Befragten im Verlauf der Studie (Panelmortalität) Rechnung zu tragen, wurden zusätzlich zu den beschriebenen Querschnittsgewichten longitudinale Panelgewichte erstellt. Diese verwenden die vorliegenden Informationen über die ausgefallenen Befragten aus der Vorwelle für die Modellierung des Ausfallprozesses. Aufgrund der Komplexität der Berechnung wird die verwendete Vorgehensweise im Folgenden etwas ausführlicher beschrieben (vgl. auch Vandecasteele u. Debels 2007; Kroh u. Spieß 2008). Im Anschluss werden einige Hinweise zur Verwendung der Gewichtungsvariablen gegeben.

Da die Befragten in der ersten Welle noch keinen Mortalitätseffekten ausgesetzt sind, besteht das Gewicht der ersten Panelwelle aus den beschriebenen, iterativ ermittelten Querschnittsgewichtungsfaktoren für die Anpassung an die jeweilige Grundgesamtheit (Mikrozensus 2009 bzw. Initiative D21 2009). Ab der zweiten Welle wurden mit Hilfe eines multivariaten logistischen Regressionsmodells Vorhersagewerte für einen Verbleib im Panel (Bleibewahrscheinlichkeiten) für die Befragten berechnet, deren Inverse zur Gewichtung verwendet wurden, um diese Mortalitätseffekte zu kompensieren. Befragte mit einer niedrigen Wahrscheinlichkeit für einen Verbleib im Panel erhalten somit höhere Gewichtungsfaktoren, Befragte mit hoher Bleibewahrscheinlichkeit erhalten niedrige Gewichtungsfaktoren. Diese Vorgehensweise hat den Vorteil, dass ein Ausscheiden aus dem Panel beziehungsweise ein Verbleib im Panel mit Hilfe von Einstellungs- und soziodemographischen Merkmalen erklärt werden kann. Für die Berechnung der individuellen Bleibewahrscheinlichkeiten wurden die in Tabelle 31 aufgelisteten Variablen einbezogen. Um aufgrund fehlender Werte bei der multivariaten Vorgehensweise keine Fälle zu verlieren, bekamen diejenigen Befragten, für die keine individuellen Bleibewahrscheinlichkeiten berechnet werden konnten, den Mittelwert der Bleibewahrscheinlichkeit der übrigen Panelisten zugewiesen. Schließlich wurden die inversen Bleibewahrscheinlichkeiten mit Hilfe des IPF-Algorithmus an die bekannten Randverteilungen des Mikrozensus 2009 beziehungsweise der Initiative D21 2009 angepasst. Auch hier wurde das Abbruchkriterium (Differenz zwischen Ist- und Sollwerten kleiner 0,05 Prozent) nach wenigen Iterationen erreicht.

Bei den in der zweiten Welle nacherhobenen Befragten musste von der beschriebenen Vorgehensweise geringfügig abgewichen werden. Das Panelgewicht besteht für diese Befragten in Welle 2 lediglich aus der soziodemographischen Anpassung an die Sollwerte des Mikrozensus 2009 beziehungsweise der Initiative D21 2009, da sie bei ihrer ersten Befragung noch nicht von Panelmortalität betroffen waren. Ab der dritten Welle konnten auch für diese Probanden inverse Bleibewahrscheinlichkeiten berechnet werden.

Eine weitere Schwierigkeit stellte die Berechnung der Panel-Gewichtungsfaktoren bei Befragten dar, die einzelne Wellen aussetzten, danach aber wieder ins Panel zurückkehrten. Für diese Befragten lagen keine Informationen aus der Welle vor dem Wiedereinstieg vor, weshalb auch keine Bleibewahrscheinlichkeiten berechnet werden konnten. Um auch für Wiedereinsteiger Gewichtungsfaktoren erstellen zu können, wurde ihnen daher ihre letzte verfügbare Bleibewahrscheinlichkeit zugespielt. Hat beispielsweise ein Befragter lediglich an den Wellen 1, 2, 5, 6 und 7 teilgenommen, so besteht sein Gewichtungsfaktor beim Wiedereinstieg in Welle 5 aus der inversen Bleibewahrscheinlichkeit in Welle 2, welche anschließend mittels IPF an die repräsentativen Sollwerte angepasst wurde. Auf diese Weise ist gewährleistet, dass das Panelgewicht der jeweiligen in eine Analyse einbezogenen Welle die Mortalitätseffekte aus den Vorwellen berücksichtigt und gleichzeitig keine Fälle durch lediglich zeitweises Ausscheiden der Befragten verloren gehen.

Die berechneten Panelgewichtungsfaktoren besitzen nach der Anpassung an die Verteilungen des Mikrozensus 2009 in 95 Prozent der Fälle einen Gewichtungsfaktor kleiner 2,8. Die Werte liegen dabei zwischen Intervallgrenzen von 0,4 und 5,0. Bei der Anpassung an die Merkmalsverteilungen der Online-Population besitzen 95 Prozent der Gewichtungsfaktoren einen Wert kleiner 2,0 und liegen in ei-

nem Bereich von 0,5 bis 5,0. Sehr große Gewichtungsfaktoren wurden – wie bereits bei der Querschnittsgewichtung – auf den fünffachen Mittelwert getrimmt. Aufgrund der gesonderten Berechnung der Gewichtungsfaktoren für Zeitunterschreiter (siehe oben) wurden somit für jede Welle (X: 1–7) vier Panelgewichte zur Korrektur systematischer Ausfälle im Panelverlauf erstellt.

- gew\_p1\_wX: Panelgewicht *inklusive* Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des Mikrozensus
- gew\_p2\_wX: Panelgewicht *inklusive* Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des (N)Onliner-Atlas
- gew\_p3\_wX: Panelgewicht *ohne* Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des Mikrozensus
- gew\_p4\_wX: Panelgewicht *ohne* Zeitunterschreiter, angepasst an die Verteilungen des (N)Onliner-Atlas

Dem Anwender stehen somit 32 Querschnittsgewichte (inkl. Nacherhebungsgewichte) und 28 Panelgewichte für die Anpassung an die Verteilungen der wahlberechtigten Bevölkerung (Mikrozensus 2009) sowie der Online-Population in Deutschland (Initiative D21 2009) zur Verfügung. Zusätzlich wurden 8 Gewichte (gew\_q1\_ges bis gew\_p4\_ges) erstellt, die verwendet werden sollten, wenn sich die Analyse auf Befragte beschränkt, die an allen sieben beziehungsweise sechs (bei nacherhobenen Befragten in Welle 2) möglichen Wellen teilgenommen haben. Auf die Konstruktion aller prinzipiell möglichen Gewichte, etwa für die Analyse von Variablen, die lediglich in den Wellen 1, 2 und 5 erhoben wurden, musste dagegen verzichtet werden, da sonst die ohnehin schon große Anzahl an Gewichtungsvariablen nochmals um ein Vielfaches gestiegen wäre. Um gewichtete Analysen spezifischer Fragestellungen durchzuführen, die nicht alle Wellen umfassen, sollte daher das Gewicht verwendet werden, welches der letzten Welle entspricht, in der die interessierenden Variablen enthalten sind.

Um die der Panelgewichtung zugrundeliegende Berechnung der Bleibewahrscheinlichkeiten im Panel so transparent wie möglich zu gestalten, werden die ermittelten Logitkoeffizienten für die einzelnen Wellen inklusive Zeitunterschreiter in der Tabelle 32 und exklusive Zeitunterschreiter in der Tabelle 33 aufgelistet.

Tabelle 31: Verwendete Variablen zur Modellierung von Panelmortalität

Variable	Label	Wert
Geschlecht (weiblich)	Befragte/r ist weiblich	0/1
Alter (30-39 Jahre)	Befragte/r ist zwischen 30 und 39 Jahre alt	0/1
Alter (40-49 Jahre)	Befragte/r ist zwischen 40 und 49 Jahre alt	0/1
Alter (50-59 Jahre)	Befragte/r ist zwischen 50 und 59 Jahre alt	0/1
Alter (über 60 Jahre)	Befragte/r ist 60 Jahre oder älter	0/1
formale Bildung (mittel)	Befragte/r verfügt über mittlere Reife/Realschulabschluss	0/1
formale Bildung (hoch)	Befragte/r verfügt über Fach-/Hochschulreife	0/1
Herkunftsregion (Ostdeutschland)	Befragte/r kommt aus Ostdeutschland	0/1
Beschäftigungsstatus (Hausfrau/Hausmann)	Befragte/r ist Hausfrau/Hausmann	0/1
Beschäftigungsstatus (Rentner)	Befragte/r ist Rentner/in	0/1
Familienstand (eingetragene Lebensgemeinschaft)	Befragte/r lebt in einer eingetragenen Lebensgemeinschaft	0/1
Haushaltsgröße (5 Personen und mehr)	Haushalt umfasst 5 oder mehr Personen	0/1
Teilnahmebereitschaft	Teilnahmebereitschaft an der nächsten Befragungswelle gegeben	0/1
bisherige Teilnahmen (2)	2 bisherige Teilnahmen an der Befragung	0/1
bisherige Teilnahmen (3)	3 bisherige Teilnahmen an der Befragung	0/1
bisherige Teilnahmen (4)	4 bisherige Teilnahmen an der Befragung	0/1
bisherige Teilnahmen (5)	5 bisherige Teilnahmen an der Befragung	0/1
Wahlbeteiligungsabsicht	Wahlbeteiligungsabsicht von bestimmt nicht (0) bis bestimmt (1)	0-1
Parteienverdrossenheit	Allgemeine Bewertung der Parteien von alle sehr schlecht (0) bis mindestens eine sehr gut (1)	0-1
Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz	Unentschlossenheit bei der Frage nach der Kanzlerpräferenz (Merkel/Steinmeier = 0, weiß nicht/keine Angabe = 1)	0/1
Politisches Wissen: 5%-Hürde	Politische Wissensfrage (falsche Antwort/weiß nicht/keine Angabe = 0, richtige Antwort = 1)	0/1
Häufigkeit politischer Gespräche	Häufigkeit mit der über Politik gesprochen wird von nie (0) bis täglich (1)	0-1



Tabelle 32: Standardisierte Logitkoeffizienten zur Erklärung der Bleibewahrscheinlichkeit, inklusive Zeitunterscheiter

	Welle 2	Welle 3	Welle 4	Welle 5	Welle 6	Welle 7
Geschlecht (weiblich)						0,30 (0,13)*
Alter (30-39 Jahre)			0,89 (0,38)*			0,58 (0,24)*
Alter (40-49 Jahre)		0,50 (0,19)**			-0,78 (0,38)*	
Alter (50-59 Jahre)	0,72 (0,16)***		1,49 (0,44)**	0,36 (0,18)*		0,78 (0,29)**
Alter (über 60 Jahre)			0,42 (0,17)*			
formale Bildung (mittel)			0,94 (0,17)***		0,36 (0,14)**	0,37 (0,14)**
formale Bildung (hoch)	0,65 (0,13)***	0,28 (0,14)*	0,65 (0,13)***	0,32 (0,16)*		
Herkunftsregion (Ostdeutschland)					1,90 (0,53)***	
Beschäftigungsstatus (Hausfrau/Hausmann)	0,72 (0,20)***					
Beschäftigungsstatus (Rentner)	0,54 (0,19)**					
Familienstand (eingetragene Lebensgemeinschaft)	-0,60 (0,21)**					
Haushaltsgröße (5 Personen und mehr)	-0,42 (0,16)**					
Teilnahmebereitschaft	2,09 (0,33)***	1,31 (0,29)***			2,61 (0,54)***	0,72 (0,21)**
bisherige Teilnahmen (2)			0,78 (0,10)***	1,42 (0,20)***	0,89 (0,32)**	
bisherige Teilnahmen (3)				2,07 (0,20)***	1,84 (0,29)***	0,83 (0,24)**
bisherige Teilnahmen (4)					2,60 (0,29)***	1,47 (0,21)***
bisherige Teilnahmen (5)						2,11 (0,21)***
Wahlbeteiligungsabsicht						0,47 (0,22)*
Parteienverdrossenheit	1,58 (0,70)*	0,87 (0,38)*			2,84 (1,19)*	
Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz						0,82 (0,30)**
Politisches Wissen: 5%-Hürde		0,34 (0,11)**				
Häufigkeit politischer Gespräche	-1,10 (0,55)*	-2,20 (0,79)**				
Geschlecht (weiblich) x formale Bildung (mittel)			-0,53 (0,20)**			

	Welle 2	Welle 3	Welle 4	Welle 5	Welle 6	Welle 7
Geschlecht (weiblich) x Alter (30-39 Jahre)						-0,63 (0,30)*
Geschlecht (weiblich) x Herkunftsregion (Ostdeutschland)	-0,69 (0,21)**				-0,56 (0,28)*	
Geschlecht (weiblich) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz		1,02 (0,45)*	-0,74 (0,37)*			
formale Bildung (mittel) x Alter (30-39 Jahre)	0,57 (0,22)**	0,50 (0,25)*				
formale Bildung (mittel) x Alter (40-49 Jahre)	0,42 (0,21)*					
formale Bildung (mittel) x Teilnahmebereitschaft	0,99 (0,41)*					
formale Bildung (hoch) x Alter (50-59 Jahre)	-1,23 (0,28)***					
formale Bildung (hoch) x Alter (über 60 Jahre)	-0,54 (0,25)*					
Alter (30-39) x Wahlbeteiligungsabsicht			-1,13 (0,44)*			
Alter (30-39) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz			-1,36 (0,54)*	-1,54 (0,50)**		
Alter (30-39) x Häufigkeit politischer Gespräche			1,23 (0,56)*			
Alter (40-49 Jahre) x Wahlbeteiligungsabsicht					0,97 (0,42)*	
Alter (40-49 Jahre) x Parteienverdrossenheit		-1,09 (0,48)*				
Alter (50-59 Jahre) x Wahlbeteiligungsabsicht			-1,12 (0,49)*			
Alter (50-59 Jahre) x Parteienverdrossenheit		-1,21 (0,56)*				-1,40 (0,66)*
Alter (über 60 Jahre) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz			-1,64 (0,50)**			-1,25 (0,52)*
Alter (über 60 Jahre) x Häufigkeit politischer Gespräche		1,37 (0,52)**				
Herkunftsregion (Ostdeutschland) x formale Bildung (hoch)				0,77 (0,30)*		
Herkunftsregion (Ostdeutschland) x Wahlbeteiligungsabsicht					-1,50 (0,55)**	
Teilnahmebereitschaft x Wahlbeteiligungsabsicht			1,30 (0,66)*			
Teilnahmebereitschaft x Parteienverdrossenheit	-1,54 (0,71)*				-3,10 (1,21)*	
Teilnahmebereitschaft x Häufigkeit politischer Gespräche		1,85 (0,79)*				
Wahlbeteiligungsabsicht x Häufigkeit politischer Gespräche	1,19 (0,60)*					
McFaddens-R <sup>2</sup>	0,06	0,05	0,08	0,09	0,12	0,08
N	3725	3677	3393	3111	2993	2755

Signifikanzen: \*\*\* p<0,001, \*\* p<0,01, \* p<0,05. Standardfehler in Klammern.

Tabelle 33: Standardisierte Logitkoeffizienten zur Erklärung der Bleibewahrscheinlichkeit, ohne Zeitunterschreiter

	Welle 2	Welle 3	Welle 4	Welle 5	Welle 6	Welle 7
Geschlecht (weiblich)						0,25 (0,13)*
formale Bildung (mittel)			0,97 (0,18)***	0,48 (0,15)**	0,40 (0,14)**	0,33 (0,15)*
formale Bildung (hoch)	0,73 (0,17)***	0,28 (0,14)*	0,79 (0,15)***	0,44 (0,16)**		
Alter (30-39 Jahre)	1,13 (0,44)*					0,79 (0,30)*
Alter (40-49 Jahre)	0,60 (0,18)**	0,57 (0,20)**	-0,73 (0,36)*		-0,97 (0,42)*	
Alter (50-59 Jahre)	0,89 (0,18)***	1,94 (0,70)**		0,75 (0,27)**		
Herkunftsregion (Ostdeutschland)					2,28 (0,58)***	
Teilnahmebereitschaft	2,21 (0,35)***	1,96 (0,47)***	1,75 (0,25)***	1,64 (0,24)***	2,71 (0,58)***	1,18 (0,25)***
bisherige Teilnahmeanzahl (2)			0,72 (0,11)***	1,42 (0,21)***	1,01 (0,33)**	
bisherige Teilnahmeanzahl (3)				2,02 (0,21)***	1,86 (0,30)***	0,78 (0,26)**
bisherige Teilnahmeanzahl (4)					2,66 (0,30)***	1,43 (0,23)***
bisherige Teilnahmeanzahl (5)						2,03 (0,22)***
Beschäftigungsstatus (Hausfrau/Hausmann)	0,78 (0,21)***					
Beschäftigungsstatus (Rentner)	0,52 (0,19)**					
Familienstand (eingetragene Lebensgemeinschaft)	-0,62 (0,22)**					
Haushaltsgröße (5 Personen und mehr)	-0,39 (0,17)*					
Wahlbeteiligungsabsicht						0,56 (0,24)*
Parteienverdrossenheit	1,97 (0,77)*	2,44 (1,07)*			2,91 (1,35)*	
Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz			-0,98 (0,33)**			1,67 (0,57)**
Politisches Wissen: 5%-Hürde		0,38 (0,11)**				
Häufigkeit politischer Gespräche		-2,34 (0,90)**				
Geschlecht (weiblich) x formale Bildung (mittel)			-0,55 (0,22)*			
Geschlecht (weiblich) x Alter (30-39 Jahre)						-0,68 (0,32)*
Geschlecht (weiblich) x Alter (50-59)			0,55			

	Welle 2	Welle 3	Welle 4	Welle 5	Welle 6	Welle 7
Jahre)			(0,28)*			
Geschlecht (weiblich) x Herkunftsregion (Ostdeutschland)	-0,63 (0,21)**					
Geschlecht (weiblich) x Parteienverdrossenheit			1,07 (0,48)*			
Geschlecht (weiblich) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz			-0,92 (0,42)*			
Geschlecht (weiblich) x Häufigkeit politischer Gespräche				-0,86 (0,43)*		
formale Bildung (hoch) x Alter (50-59 Jahre)	-0,96 (0,29)**					
formale Bildung (mittel) x Teilnahmebereitschaft	0,97 (0,44)*					
Alter (30-39 Jahre) x Parteienverdrossenheit	-1,08 (0,48)*					
Alter (30-39) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz				-1,59 (0,55)**		
Alter (40-49 Jahre) x Wahlbeteiligungsabsicht			1,10 (0,41)**		1,16 (0,45)*	
Alter (40-49 Jahre) x Parteienverdrossenheit		-1,14 (0,51)*				
Alter (40-49) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz			1,60 (0,51)**			
Alter (50-59 Jahre) x Parteienverdrossenheit		-1,58 (0,58)**				
Alter (über 60 Jahre) x Wahlbeteiligungsabsicht			1,15 (0,53)*			
Alter (über 60 Jahre) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz						-1,68 (0,59)**
Alter (über 60 Jahre) x Häufigkeit politischer Gespräche		1,41 (0,54)**				
Herkunftsregion (Ostdeutschland) x formale Bildung (hoch)				0,72 (0,31)*		
Herkunftsregion (Ostdeutschland) x Wahlbeteiligungsabsicht					-1,71 (0,58)**	
Herkunftsregion (Ostdeutschland) x Unentschlossenheit bzgl. Kanzlerpräferenz		-0,99 (0,47)*				
Teilnahmebereitschaft x Parteienverdrossenheit					-3,20 (1,38)*	
Teilnahmebereitschaft x Häufigkeit politischer Gespräche		1,98 (0,89)*				
McFaddens-R <sup>2</sup>	0,06	0,04	0,07	0,09	0,12	0,08
N	3351	3289	3029	2782	2679	2455

Signifikanzen: \*\*\* p<0,001, \*\* p<0,01, \* p<0,05. Standardfehler in Klammern.

### 4.13 Unveröffentlichte Variablen

Aus datenschutzrechtlichen Gründen können nicht alle erhobenen Variablen zum freien Download zur Verfügung gestellt werden. Generell müssen frei verfügbare Datensätze so aufgebaut sein, dass ein „unverhältnismäßiger Aufwand“ zur De-Anonymisierung betrieben werden müsste. Das heißt, die Datensätze müssen „faktisch anonym“ sein. Um dies zu gewährleisten, wurden einige wenige Variablen aus den Datensätzen entfernt bzw. Ausprägungen zusammengefasst.

Bei der Durchführung von Online-Umfragen werden Variablen erhoben bzw. an GESIS übermittelt, die für die Durchführung der Online-Umfrage relevant sind, aber keine inhaltliche Aussagekraft haben. Diese werden, um die Datensätze nicht unnötig aufzublähen, nicht mit veröffentlicht, können aber bei Bedarf von GESIS ([gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org)) ohne Restriktionen erhalten werden.

Tabelle 34: Übersicht über nicht veröffentlichte Variablen und die Bezugsmöglichkeit

Variable	Bezugsmöglichkeit
Browser ID (Informationen zum genutzten Browser)	auf Anfrage erhältlich
Respondi-ID (interne ID)	auf Anfrage erhältlich
Absoluter Zeitstempel	auf Anfrage erhältlich
Quota (interne Variable von Globalpark)	auf Anfrage erhältlich
c_date (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
m_date (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
Output Modus (technische Variable zur Durchführung der Umfrage)	auf Anfrage erhältlich
Letzte Seite (Gibt die letzte bearbeitete Seite an. Da keine Abbrecher in den Daten vorhanden sind, ist dies immer die „Endseite“)	auf Anfrage erhältlich
Seitenhistorie	auf Anfrage erhältlich

Offen erhobene Antworten wurden als String-Variablen abgespeichert und als vercodete Variablen veröffentlicht. Die Angaben der Befragten zum wichtigsten, zweitwichtigsten und drittwichtigstem politischen Problem in Deutschland (kpx\_840, kpx\_860, kpx\_880), zu den Gründen für die Nichtwahl (kpx\_240), den Gründen für die Wahlentscheidung (kpx\_260(a-b)) sowie den guten und schlechten Seiten der Kanzlerkandidaten Merkel und Steinmeier (kpx\_690, kpx\_700, kpx\_710, kpx\_720) wurden auf datenschutzrechtlich bedenkliche Nennungen geprüft und anschließend dem Datensatz hinzugespielt. Problematische Nennungen, die eine Identifikation von Befragten ermöglichen könnten, wurden zum Schutz der Befragten überschrieben, z.B. „[Name, aus datenschutzrechtlichen Gründen entfernt]“. Bei Interesse an weiteren offenen, nicht vercodeten Antworten, melden Sie sich bitte unter [gles@gesis.org](mailto:gles@gesis.org).

### 4.14 Postleitzahl, Wahlkreis und Bundesland

Im Wahlkampf-Panel wie auch in den Online-Trackings der GLES gibt es jeweils zwei Datenquellen, die Auskunft über den Ort bzw. die Region geben, in der die Befragten zum Zeitpunkt der Erhebung wohnten. Die erste Quelle sind die sogenannten Stammdaten des Online-Panels der Respondi AG. Alle

Mitglieder des Online-Panels müssen bei ihrer Anmeldung bestimmte Daten zu ihrer Person verpflichtend mitteilen, während die Angabe weiterer Daten fakultativ ist. Unter anderem wird von der Respondi AG die Postleitzahl (PLZ) des Wohnorts sowie das Bundesland, in dem der Wohnort liegt, abgefragt. Die Teilnehmer an dem Online-Panel werden in regelmäßigen Abständen dazu angehalten, ihre Stammdaten zu prüfen und, falls notwendig, zu aktualisieren. Die zweite Datenquelle sind die Angaben der Befragten aus zwei der sieben von der GLES durchgeführten Interviews für das Wahlkampf-Panel. Im Wahlkampf-Panel wurden alle Teilnehmer der ersten Panelwelle nach der PLZ ihres Wohnortes und dem Bundesland, in dem ihr Wohnort liegt, gefragt. Im Zuge der zweiten Panelwelle wurden Teilnehmer nachrekrutiert. Diese erhielten die Fragen zur PLZ und zum Bundesland jedoch erst in der dritten Panelwelle, was dazu führte, dass 147 Befragte (3,2% aller 4552 Teilnehmer am Wahlkampf-Panel) keine Angabe bei beiden Variablen aufweisen, da sie nicht an der dritten Panelwelle teilnahmen. Aus der PLZ des Wohnorts der Befragten wird weiterhin der Wahlkreis abgeleitet, in dem die Befragten stimmberechtigt sind bzw. zum Zeitpunkt der Durchführung des Wahlkampf-Panels waren. Fehlende Angaben zur PLZ führen mithin notwendigerweise zu fehlenden Angaben beim Wahlkreis.

Im Wahlkampf-Panel der GLES ergab sich in der Folge das Problem, dass Inkonsistenzen zwischen den Angaben zum Wahlkreis und dem Bundesland der Befragten vorkamen. Diese Inkonsistenzen resultierten daraus, dass die Angaben zum Wahlkreis vom Erhebungsinstitut BACES basierend auf den Angabe zur PLZ aus den Stammdaten des Online-Panels generiert wurden, die Angaben zum Bundesland jedoch aus den Antworten der Befragten im Interview stammten. Neben denjenigen Inkonsistenzen, die sich aus der Verwendung der unterschiedlichen Datenquellen (Stammdaten und Interviewdaten) ergaben, existierten mitunter auch Inkonsistenzen innerhalb ein und derselben Datenquelle. So konnte es etwa vorkommen, dass die vom Befragten angegebene PLZ nicht in dem Bundesland lag, in dem der Befragte laut Selbstauskunft wohnte.

Im Zuge der Aufbereitung der Daten des Wahlkampf-Panels zu Version 3.0.0 wurden die Angaben der Befragten zur Postleitzahl und zum Bundesland aus den Stammdaten als auch aus dem Interview erneut gründlich geprüft und es wurden Vorgehensweisen festgelegt, welche Datenquellen unter welchen Bedingungen zur Bestimmung der Postleitzahl des Wohnortes, des Bundeslandes sowie des Wahlkreises herangezogen werden. Weiterhin wurden Verfahrensweisen zum Umgang mit inkonsistenten Nennungen festgelegt. Das festgelegte Vorgehen wird im Folgenden erläutert.

Die Aufbereitung der Nennungen der Befragten zu PLZ, Bundesland und Wahlkreis folgte der Prämisse, dass den Angaben aus den Interviews zum Wahlkampf-Panel Vorrang vor den Stammdaten aus dem Online-Panel eingeräumt wird. Diese Entscheidung beruht auf der Überlegung, dass die Abfrage der Stammdaten des Online-Panels vor den Interviews des Wahlkampf-Panels stattfand. Daraus folgt, dass die Angaben aus den Interviews aktueller sind als die Angaben aus den Stammdaten. Insofern die Angaben aus den Interviews und aus den Stammdaten voneinander abweichen, wird davon ausgegangen, dass diese Abweichungen aus Umzügen oder Ummeldungen der Befragten resultieren und die Angaben aus den Interviews somit in Hinblick auf den Zeitpunkt der Befragung valide Angaben sind.

Wie bereits erläutert wurde, liegen für 147 Befragte, die mit der zweiten Panelwelle nachrekrutiert wurden, keine Angaben zur PLZ und zum Bundesland vor, da sie nicht an der dritten Panelwelle teilnahmen, in der diese Angaben abgefragt wurden. Bei diesen 147 Befragten und 11 weiteren Befragten, die in den Interviews keine Angabe zu ihrer PLZ machten, wurde auf die PLZ aus den Stammdaten des Online-Panels zurückgegriffen, auch wenn nicht mit absoluter Sicherheit davon ausgegangen werden kann, dass die Angaben zum Zeitpunkt der Durchführung des Wahlkampf-Panels noch aktuell, also valide Angaben, waren. Dennoch wurde der aus diesem Vorgehen resultierende Informationsgewinn höher gewertet als die geringe Wahrscheinlichkeit, dass die Angaben aus den Stammdaten auf Grund von Umzug oder Ummeldung nicht mehr zutreffend waren. Ein Abgleich der Angaben zu PLZ und Bundesland aus den Stammdaten und aus den Interviews zeigte zudem, dass in denjenigen Fällen, wo Angaben aus beiden Datenquellen vorlagen, nur verhältnismäßig wenige Abweichungen vorlagen. Die

Qualität der Angaben aus den Stammdaten darf daher als vergleichsweise hoch gelten. Die insgesamt 158 Fälle (3,5% aller Fälle), bei denen die PLZ aus den Stammdaten verwendet wurde, sind im Datensatz mit der Variable *marker1* gekennzeichnet.

Im nächsten Schritt der Aufbereitung der Daten wurde geprüft, ob die von den Befragten angegebene PLZ einem Wahlkreis bei der Bundestagswahl 2009 zugeordnet werden kann. Hierfür wurde eine Zuordnungstabelle verwendet, die auf Basis von Daten des Deutschen Bundestags (<http://www.bundestag.de/bundestag/wahlen/wahlkreise09/index.html>) sowie eigener Recherchen und Kontrollen erstellt wurde. Die Prüfung ergab, dass die von den Befragten angegebene PLZ in einigen Fällen nicht einem Wahlkreis bei der Bundestagswahl 2009 zugeordnet werden konnte. Die betreffenden Fälle wurden anschließend einzeln unter Betrachtung der Angaben aus den Stammdaten und aus den Interviews überprüft. Diese anschließende Überprüfung ließ darauf schließen, dass es vor allen Dingen zwei Gründen für das Scheitern der Zuordnung zu einem Wahlkreis gab. Einerseits war bei vielen der betreffenden Fälle nach einem Abgleich der angegebenen PLZ aus den Stammdaten sowie aus den Interviews ersichtlich, dass die in den Interviews gemachte Angabe zur PLZ offensichtliche Tippfehler aufwies. Andererseits ließ sich erkennen, dass einige Befragte in den Interviews ihre PLZ vergrößert oder verschleiert haben. So haben einige Befragte etwa die letzten ein bis drei Stellen ihrer – in den Stammdaten vollständig angegebenen – PLZ durch die Ziffer "0" oder eine andere Ziffer ersetzt. Andere Befragte wiederum versuchten, ihre PLZ vollständig zu verschleiern, indem sie eine beliebige Zahlenfolge angaben, z.B. "12345" oder "66666". In den betreffenden 56 Fällen (1,2% aller Fälle) wurde die PLZ unter Zuhilfenahme der Stammdaten rekonstruiert, sofern dies möglich war. Diese Fälle sind im Datensatz mit der Variable *marker2* gekennzeichnet.

Anschließend wurde den Befragten auf Grund ihrer PLZ und unter Zuhilfenahme der beschriebenen Zuordnungstabelle ein eindeutiger Wahlkreis (Variable *elecdist*) zugeordnet. Da sich jedoch einige wenige Postleitzahlenbereiche über Wahlkreisgrenzen und zum Teil auch über Bundesländergrenzen hinweg erstrecken, ließ sich für einen Teil der Befragten keine eindeutige Zuordnung zu einem Wahlkreis vornehmen. Die Berliner PLZ 10178 lässt sich z.B. zu zwölf verschiedenen Wahlkreisen zuordnen. Um diese Unsicherheit bei der Zuordnung nachvollziehbar abzubilden, wurden im Datensatz zwölf Variablen (Variablen *elecdist1-elecdist12*) angelegt, die die möglichen Wahlkreise anzeigen, die den betreffenden Befragten zugeordnet werden können.

Zur weiteren Kontrolle der verwendeten Angaben wurden die Wahlkreise mittels einer Zuordnungsvorschrift den jeweils zugehörigen Bundesländern zugeordnet (Variable *fedstate*). Das so festgestellte Bundesland wurde nachfolgend mit der Angabe des Bundeslandes der Befragten aus den Interviews abgeglichen. Stimmten beide Angaben überein, so spricht dies dafür, dass der jeweilige Befragte valide Angaben zu seinem Wohnort gemacht hat. In einigen wenigen Fällen gab es jedoch Abweichungen zwischen beiden Angaben zum Bundesland. Diese Fälle wurden wiederum einzeln überprüft. In einem Teil der Fälle konnte festgestellt werden, dass die Inkonsistenz daher rührte, dass die PLZ zwei Wahlkreisen zugeordnet werden konnte, die in unterschiedlichen Bundesländern lagen. In diesem Fall war es möglich, anhand der Angabe des Bundeslandes aus den Interviews zu rekonstruieren, welchem der zwei möglichen Wahlkreise der Befragte tatsächlich zuzuordnen ist. In den restlichen Fällen mit inkonsistenten Angaben zum Bundesland wurde eine intensive Einzelfallüberprüfung unter Betrachtung aller Angaben zu PLZ, Wahlkreis und Bundesland aus den Stammdaten und aus den Interviews vorgenommen. Bei der Entscheidung, welche Daten als zutreffend angesehen werden können, wurde die Prämisse zu Grunde gelegt, dass diejenigen Angaben vertrauenswürdig sind, bei denen eine grundsätzliche Übereinstimmung besteht. Hat ein Befragter z.B. in den Stammdaten als auch im Interview die gleiche PLZ aber je unterschiedliche Bundesländer genannt, dann wurde der PLZ vertraut, wenn sie zudem einem der beiden genannten Bundesländer zugeordnet werden konnte. Konnte die PLZ in diesem Beispiel jedoch keinem der beiden Bundesländer zugeordnet werden, so wurde allen Angaben dieses Befragten zu seinem Wohnort misstraut. Als Konsequenz Fall wurden alle Angaben des Befragten zu seinem Wohnort gelöscht, d.h. zu Missing Values recodiert. Korrekturen bei inkonsistenten An-

gaben wurden in insgesamt 43 Fällen (0,9% aller Fälle) vorgenommen. Diese Fälle sind im Datensatz mit der Variable *marker3* gekennzeichnet.

In 22 der 43 Fälle (51,2%) wurde die Angaben zur PLZ und zum Wahlkreis gelöscht, da sie nicht als vertrauenswürdig erschienen. In zwölf dieser 22 Fälle (54,5%) war zudem keine gültige Angabe des Bundeslands vorhanden oder die Angabe zum Bundesland wurde gelöscht, da den Angaben des Befragten misstraut wurde. In zehn der 22 Fälle (45,5%) wurde zumindest der Angabe des Bundeslands vertraut, so dass für diese Befragten lediglich die Angabe zum Bundesland vorliegt. In weiteren fünf der 43 Fälle (11,6%) konnte keine zuordenbare PLZ aus den Stammdaten und den Interviews ermittelt werden. Jedoch liegen für alle fünf Fälle (100%) Angaben zum Bundesland vor. In weiteren 16 der 43 Fälle (37,2%) wurden die Angaben zur PLZ, zum Wahlkreis bzw. möglichen Wahlkreisen sowie zum Bundesland nach individueller Prüfung angepasst, so dass nun konsistente Angaben für diese Fälle vorliegen.

Nach der sorgfältigen Aufbereitung der Angaben zu PLZ, Wahlkreis bzw. möglichen Wahlkreisen und Bundesland ergibt sich das folgende Bild: Für 4523 Befragte (99,4% aller 4552 Teilnehmer) liegt eine zuordenbare PLZ vor. Die Angabe der PLZ von 22 Befragten (0,5%) wurde gelöscht und von 7 Befragten (0,2%) liegen keine Angaben zur PLZ vor. Basierend auf der PLZ konnte für 4298 Befragte (94,4%) ein Wahlkreis eindeutig bestimmt werden, in dem sie zur Bundestagswahl 2009 wahlberechtigt waren. Weiteren 225 Befragten (4,9%) konnten zwei oder mehr mögliche Wahlkreise zugeordnet werden. Lediglich für die 29 Befragten (0,7%), für die keine zuordenbare oder keine PLZ vorlag, konnte kein Wahlkreis ermittelt werden. Für insgesamt 4538 Befragte (99,7%) liegt eine Angabe zum Bundesland, in dem sie wohnen, vor. In lediglich 14 Fällen (0,3%) liegt keine Angabe zum Bundesland vor oder es wurde den vom Befragten gemachten Angaben nicht vertraut. Für 4523 der 4538 Befragten (99,6%), die ein Bundesland angegeben haben oder denen ein Bundesland zugeordnet werden konnte, sind die Angaben von PLZ, Wahlkreis(en) und Bundesland konsistent, d.h. die ermittelte PLZ liegt in dem Bundesland, das für den Befragten letztendlich ermittelt wurde. Alles in allem konnten somit für nahezu alle Teilnehmer konsistente Angaben zu ihrem Wohnort und ihrem Wahlkreis ermittelt werden. Diejenigen Nutzer der Daten, die der beschriebenen Vorgehensweise nicht trauen, sie nicht als optimal betrachten oder die zweifelhaften Fälle generell ausklammern möchten, können diese Fälle unter Zuhilfenahme der Markervariablen *marker1*, *marker2* und *marker3* aus ihren Analysen ausschließen.



## 5 Hinweise und Anmerkungen

---

### 5.1 Repräsentativität von Online-Umfragen aus Online-Access-Panels

Bei der Auswertung von Online-Umfragen aus Online-Access-Panels müssen folgende Punkte beachtet werden: Stichproben, die aus online rekrutierten Access-Panels gezogen werden, berücksichtigen nur bestimmte, mittels des Online-Access-Panels erreichbare Gruppen. In Online-Access-Panels sind in der Regel überdurchschnittlich viele junge, gebildete und internetaffine Menschen vertreten. Diese Gruppen unterscheiden sich in den erhobenen Einstellungen von der Gesamtbevölkerung. Durch Quoten Auswahl und Programmierung von Gewichten wurde dieser Sachverhalt sowohl bei der Datenerhebung als auch bei der -aufbereitung berücksichtigt. Dennoch ist aufgrund der Zusammensetzung der Online-Grundgesamtheit davon auszugehen, dass Verzerrungen auftreten. Daher können mit dem Wahlkampf-Panel berechnete Analyseergebnisse nur unter Vorbehalt auf die wahlberechtigte Gesamtbevölkerung in Deutschland übertragen werden.

Ein wesentlicher Vorteil von Panel-Befragungen liegt in der Möglichkeit, anhand ihrer Ergebnisse Veränderungen auf Individualebene und daraus resultierende kausale Zusammenhänge untersuchen zu können. Bei Analysen ist jedoch gleichzeitig zu beachten, dass bei Wiederholungsbefragungen bestimmte, durch das Untersuchungsdesign bedingte Effekte auftreten können (Panelmortalität, Panel Effekte). Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Zielpersonen in ihren Einstellungen durch die wiederholte Befragung zu gleichen oder ähnlichen Themen bestärkt werden oder Einstellungen zu einem bestimmten Thema durch eine Befragung überhaupt erst entwickeln. Im Rahmen von Panel-Befragungen erhobene Daten können darüber hinaus nicht als uneingeschränkt repräsentativ für die jeweilige Grundgesamtheit gelten (etwa: online-basierte Panel-Befragung unter Nutzern des Internets), weil die verschiedenen Rekrutierungswege der Panelteilnehmer zu unterschiedlichen Verzerrungen in der Stichprobe führen können. Gerade bei Panel-Befragungen mit einer größeren Anzahl von Wellen ist nach einer gewissen Zeit zudem mit bestimmten Ausfällen von Befragten zu rechnen (Panelmortalität), die entweder systematischer (nachlassende Teilnahmebereitschaft von Personen mit niedrigerem Interesse am abgefragten Thema) oder unsystematischer Natur sein können (Krankheit von Teilnehmern).

### 5.2 Errata

Bei den Kontrollen des Datensatzes sind einige Probleme und Fehler aufgefallen. Diese werden im Folgenden aufgelistet. Aufgrund fehlerhafter Programmierung durch das Feldinstitut kam es bei einigen wenigen Variablen zu schwerwiegenden Fehlern, wobei Werte entweder gar nicht oder fehlerhaft abgespeichert wurden. Die betreffenden Variablen sind mit dem Hinweis "(Fehlerhafte Variable) ..." im Variablenlabel und ohne inhaltliche Werte im Datensatz enthalten. Bei begründetem Interesse können die Daten dieser Variablen auf Nachfrage von GESIS bezogen werden.

Bei der Variable *kp2\_2460s* Organisationsmitgliedschaft: Partei, offen haben 30 Teilnehmer mit "keine" oder nicht interpretierbaren Angaben geantwortet. Eine Überprüfung ergab, dass 29 der 30 betreffenden Befragten zudem keine andere Organisation genannt haben. Alle betreffenden 30 Fälle wurden daher in der Variable *kp2\_2460s\_c* auf den Wert 997 "sonstige Nennung" und bei der Variable *kp2\_2460g* Organisationsmitgliedschaft: Partei auf den Wert 0 "nicht genannt" recodiert. Es kann vermutet werden, dass einige Teilnehmer, die in keiner Organisation Mitglied sind, die Antwortmöglichkeit "in keiner Organisation Mitglied" vermisst haben und zudem davon ausgingen, eine der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auswählen zu müssen. In dieser Situation mögen sie dann das zur

Antwortmöglichkeit "Partei, und zwar" gehörige Textfeld genutzt haben, um anzugeben, dass sie in keiner Organisation Mitglied seien oder diese Frage generell nicht beantworten möchten.

### 5.2.1 Wellenübergreifende Probleme

- Split Positionsissues (kpx\_1070 bis kpx\_1483) in Welle 1 bis 7. Die Weitergabe des Splits auf die Wellen 2 bis 7 ist teilweise fehlerhaft, so dass einige Befragte – anders als geplant – ihre Einschätzungen sowohl auf 7er- als auch auf 11er-Skalen abgegeben haben.
- Split TV-Duell in Welle 4 und 5: Die Weitergabe des Splits von Welle 4 auf 5 hat nicht korrekt funktioniert, so dass das Experiment zum Effekt von Fragen zum TV-Duell auf die TV-Duell-Rezeption gescheitert ist.
- kpx\_1970 Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung: Die Antwortmöglichkeit „ist nicht wahlberechtigt“ wurde den Befragten erst ab Welle 3 angeboten.
- kpx\_1970 Gesprächspartner 1, Wahlentscheidung: Filterführung zu kpx\_1980b für 99 „keine Angabe“ ist nur in den Wellen 1 und 2 entsprechend der Anweisung programmiert worden. In den Wellen 3 bis 7 wurden diese Befragten bei kpx\_1980b herausgefiltert und haben dort dementsprechend ein „trifft nicht zu“.
- kpx\_1990 Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei: Fälschlicherweise wurden CDU und CSU nicht getrennt abgefragt. Bis einschließlich Welle 4 gab es die Antwortmöglichkeit „keine Partei“. Diese wurde ab Welle 5 durch „weiß nicht“ ersetzt.
- Die Zeitvariablen pro Seite waren teilweise fehlerhaft und wurden korrigiert. Statt des bisherigen Qualitätsindizes wird in Version 5.0.0 der Speederindex nach dem aktuellen Standard der GLES für jede Welle berechnet (kpx\_speederindex). Jeder Nutzer hat dadurch die Möglichkeit ein eigenes Niveau festzulegen, ab dem er Zeitunterschreiter markieren möchte. Der bisherige Qualitätsindex sowie die Gewichte, die ohne Zeitunterschreiter nach dem alten Index berechnet wurden, befinden sich am Ende des Datensatzes und sind somit auch weiterhin verfügbar.

### 5.2.2 Probleme in Welle 1

- kp1\_650d Skalometer Guttenberg: Keine gültigen Werte wegen eines Programmierfehlers.
- kp1\_1070a\_11 Positionsissue (11): Sozioökonomische Dimension, Parteien: CDU: Alle Befragten, die mit 1 "weniger Steuern und weniger sozialstaatliche Leistungen" geantwortet haben, wurden irrtümlich als 99 "keine Angabe" gespeichert. Der Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp1\_2370 Dauer Arbeitslosigkeit: Der Filter auf kp1\_2340 wurde nicht programmiert.
- kp1\_2391 Schulabschluss Partner/in: Der auf diese Variable verweisende Filter wurde fehlerhaft implementiert. Dadurch haben fünf Befragte, die die Filterbedingungen erfüllten, diese Frage nicht beantwortet. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp1\_2400 Erwerbstätigkeit Partner/in: Der auf diese Variable verweisende Filter wurde fehlerhaft implementiert. Dadurch haben fünf Befragte, die die Filterbedingungen erfüllten, diese Frage nicht beantwortet. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.

### 5.2.3 Probleme in Welle 2

- kp2\_250as, kp2\_250as\_c, kp2\_250bs, kp2\_250bs\_c Gründe für Nichtwahl: Diese Variablen fehlen im Datensatz.
- kp2\_420j\_6s(\_c) Parteikontakte, Art: Telefonanrufe erhalten, Partei: andere Partei: Diese Variablen fehlen im Datensatz, da keine Nennungen anderer Parteien für diese Form der Parteikontakte vorliegen.
- kp2\_730 Skalometer Regierung: Diese Variable wurde wegen eines Programmierfehlers nicht abgefragt und fehlt daher im Datensatz.
- kp2\_1990 Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei: Die Filterung auf die Variable kp2\_1990 wurde fehlerhaft implementiert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp2\_2470: Die vorgesehene Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ wurde vom Feldinstitut nicht programmiert und fehlt daher im Datensatz.
- kp2\_2480 Religionszugehörigkeit (Version A): 15 Befragte, die bei dieser Variable mit 7 'andere Religionsgemeinschaft' geantwortet haben, weisen keine verwertbare Antwort in der zugehörigen Textvariable auf. Die Antworten dieser Befragten konnten nicht rekonstruiert werden.

### 5.2.4 Probleme in Welle 3

- kp3\_split Splitvariable 7/11-Skala (Welle 3): Ein fehlender Wert, obwohl der Befragte an Welle 3 teilgenommen hat. Dieser Befragte hat daher keinen Split zugewiesen bekommen.
- kp3\_420j\_6s(\_c) Parteikontakte, Art: Telefonanrufe erhalten, Partei: andere Partei: Diese Variablen fehlen im Datensatz, da keine Nennungen anderer Parteien für diese Form der Parteikontakte vorliegen.
- kp3\_1990 Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei: Sieben Respondenten wurden fälschlich als 100 „trifft nicht zu“ codiert.
- kp3\_2060 Gesprächspartner 2, Parteiidentifikation, Partei: Fälschlicherweise wurden CDU und CSU nicht getrennt abgefragt.
- kp3\_2330s\_c Berufliche Bildung: anderer beruflicher Ausbildungsabschluss, codiert: Die Variable fehlt im Datensatz.
- kp3\_2370 Dauer Arbeitslosigkeit: Der Filter auf die Variable kp3\_2340 wurde nicht programmiert.

### 5.2.5 Probleme in Welle 4

- kp4\_split Splitvariable 7/11-Skala (Welle 4): Ein fehlender Wert, obwohl der Befragte an Welle 4 teilgenommen hat. Diesem Befragten wurde daher kein Split zugewiesen.
- kp4\_350b Recall vorangegangene BTW (Erst-/Zweitstimme): Es fehlen alle Angaben zur Wahl anderer Parteien wegen eines Programmierfehlers. Daher gibt es auch nur eine und nicht wie üblich vier Varianten dieser Variable. Die Variablen kp4\_350bs, kp4\_350bs\_c und kp4\_350bc fehlen!
- kp4\_450 Regierung, Unterschiede: Bei dieser Variable wurden irrtümlich sehr viele Antworten als 99 "keine Angabe" gespeichert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.

- kp4\_460 Parteien, Unterschiede: Bei dieser Variable wurden irrtümlich sehr viele Antworten als 99 "keine Angabe" gespeichert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp4\_660: Wegen eines Programmierfehlers bekamen die Befragten „weiß nicht“ nicht als Antwortmöglichkeit angezeigt.
- kp4\_660l Eigenschaften der Kanzlerkandidaten: Angela Merkel ist bürgernah: Keine gültigen Werte wegen eines Programmierfehlers.
- kp4\_730 Skalometer Regierung: Bei dieser Variable wurden irrtümlich sehr viele Antworten als 99 "keine Angabe" gespeichert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp4\_740a-c Leistung Regierungsparteien: Bei diesen Variablen wurden irrtümlich sehr viele Antworten als 99 „keine Angabe“ gespeichert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp4\_750a-c Leistung Oppositionsparteien: Bei diesen Variablen wurden irrtümlich sehr viele Antworten als 99 "keine Angabe" gespeichert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp4\_1080a\_7 Positionsissue (7): Sozioökonomische Dimension, Angela Merkel: Zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1090\_7 Positionsissue (7): Sozioökonomische Dimension, Ego: Deutlich zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1090\_11 Positionsissue (11): Sozioökonomische Dimension, Ego: Deutlich zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1130\_7 Positionsissue (7): Libertär-Autoritär, Ego: Deutlich zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1130\_11 Positionsissue (11): Libertär-Autoritär, Ego: Deutlich zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1350a\_7 Positionsissue (7): Kernenergie, Parteien: CDU: Zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1350a\_11 Positionsissue (11): Kernenergie, Parteien: CDU: Zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1370\_7 Positionsissue (7): Kernenergie, Ego: Deutlich zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1370\_11 Positionsissue (11): Kernenergie, Ego: Deutlich zu viele Antwortverweigerungen (99 „keine Angabe“).
- kp4\_1510a-f Links-Rechts-Einstufung: Koalitionen: Bei diesen Variablen kommt eine sehr hohe Anzahl von Antwortverweigerungen vor, die nicht erklärt werden kann.
- kp4\_1670 Printmediennutzung, Bias aktuell: Die Variablen fehlen im Datensatz wegen eines Programmierfehlers.
- kp4\_1690 Fernsehnutzung, Bias aktuell: Die Variablen fehlen im Datensatz wegen eines Programmierfehlers.
- kp4\_1990 Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei: Die Filterung auf diese Variable wurde fehlerhaft implementiert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.
- kp4\_2720 Wirtschaftskrise, Zufriedenheit Bundesregierung: Bei dieser Variable wurden irrtümlich sehr viele Antworten als 99 "keine Angabe" gespeichert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.

### 5.2.6 Probleme in Welle 5

- kp5\_split Splitvariable 7/11-Skala (Welle 5): 136 fehlende Werte, obwohl die Befragten an Welle 5 teilgenommen haben. Diesen Befragten wurde daher kein Split zugewiesen.
- kp5\_splithalf Splitvariable half (Welle 5): 611 fehlende Werte, obwohl die Befragten an Welle 5 teilgenommen haben. Diesen Befragten wurde daher kein Split zugewiesen.
- kp5\_420i\_6s(\_c) Parteikontakte, Art: Besuch von Wahlhelfern an der Haustür gehabt, Partei: andere Partei: Diese Variablen fehlen im Datensatz, da es keine Nennung von anderen Parteien für diese Form der Parteikontakte gab.
- kp5\_420j\_6s(\_c) Parteikontakte, Art: Telefonanrufe erhalten, Partei: andere Partei: Diese Variablen fehlen im Datensatz, da es keine Nennung von anderen Parteien für diese Form der Parteikontakte gab.
- kp5\_1061f Koalitionsvignetten: Ein Befragter mit Nennung FDP in kp5\_190b hat hier 100 tnz „trifft nicht zu“.
- kp5\_1780 TV-Duell: 373 (von 611) Befragten mit 99 „keine Angabe“ in kp5\_splithalf haben die Frage dennoch gestellt bekommen.
- kp5\_1790 TV-Duell: Erwarteter Ausgang: 373 (von 611) Fällen mit 99 "keine Angabe" in kp5\_splithalf haben die Frage bekommen.
- kp5\_1990 Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei: Die Filterung auf diese Variable wurde fehlerhaft implementiert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.

### 5.2.7 Probleme in Welle 6

- kp6\_172 Veränderung Wahlbeteiligungsabsicht nach TV-Duell: Aufgrund eines Programmierfehlers wurde nicht die angegebene Filteranweisung umgesetzt.
- kp6\_273 Veränderung Sicherheit Wahlentscheidung nach TV-Duell: Aufgrund eines Programmierfehlers wurde nicht die angegebene Filteranweisung umgesetzt.
- kp6\_274 Veränderung Wahlentscheidung nach TV-Duell: Aufgrund eines Programmierfehlers wurde die in den Fragen kp6\_172 und kp6\_273 angegebene Filteranweisung nicht umgesetzt.
- kp6\_410: Item J wurde aufgrund eines Programmierfehlers nicht abgefragt.
- kp6\_420: Item J wurde aufgrund eines Programmierfehlers nicht abgefragt.
- kp6\_660 Eigenschaften der Kanzlerkandidaten: Wegen eines Programmierfehlers bekamen die Befragten „weiß nicht“ nicht als Antwortmöglichkeit angezeigt.
- kp6\_1990 Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei: Die Filterung auf diese Variable wurde fehlerhaft implementiert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.

### 5.2.8 Probleme in Welle 7

- kp7\_420j\_6s(\_c) Parteikontakte, Art: Telefonanrufe erhalten, Partei: andere Partei: Diese Variablen fehlen im Datensatz, da es keine Nennung von anderen Parteien für diese Form der Parteikontakte gab.
- kp7\_660 Eigenschaften der Kanzlerkandidaten: Wegen eines Programmierfehlers bekamen die Befragten „weiß nicht“ nicht als Antwortmöglichkeit angezeigt.

- kp7\_1980a Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation: Personen, die in kp7\_1970 eine andere Partei genannt hatten, haben allesamt 99 „keine Angabe“.
- kp7\_1990 Gesprächspartner 1, Parteiidentifikation, Partei: Die Filterung auf diese Variable wurde fehlerhaft implementiert. Dieser Fehler konnte nicht korrigiert werden.

## 6 Literaturverzeichnis

---

- Callegaro, Mario und Charles Disogra (2008): Computing Response Metrics for Online Panels, in: *Public Opinion Quarterly* 72, 1008-1032.
- Deming, W. Edwards und Frederick F. Stephan (1940): On a Least Squares Adjustment of a Sampled Frequency Table When the Expected Marginal Totals are Known, in: *The Annals of Mathematical Statistics* 11, 427-444.
- Initiative D21 (2009) (N)Onliner Atlas 2009. TNS Infratest.
- Kroh, Martin und Martin Spieß (2008) Documentation of sample Sizes and Panel Attrition in the German Socio Economic Panel (SOEP). *Data Documentation* 39. DIW Berlin.
- Mayerl, Jochen und Dieter Urban (2008): Antwortreaktionszeiten in Survey-Analysen. Messung, Auswertung und Anwendung. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Roßmann, Joss (2010): Data Quality in Web Surveys of the German Longitudinal Election Study 2009. 3rd ECPR Graduate Conference. Dublin.
- Schmitt-Beck, Rüdiger, Hans Rattinger, Sigrid Roßteutscher und Bernhard Weßels (2010): Die deutsche Wahlforschung und die German Longitudinal Election Study (GLES), in: *Faulbaum, Frank & Wolf, Christof* (Hrsg.), *Gesellschaftliche Entwicklungen im Spiegel der empirischen Sozialforschung*. (Aufl.) Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 141-172.
- Schnell, Rainer, Paul B. Hill und Elke Esser (2005): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 7. Aufl. München, Wien: R. Oldenbourg Verlag.
- The American Association for Public Opinion Research* (2011): *Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys*. 7. Aufl. AAPOR.
- Vandecasteele, Leen und Annelies Debels (2007): Attrition in Panel Data: The Effectiveness of Weighting, in: *European Sociological Review* 23, 81-97.

## 7 Links

---

Deutsche Gesellschaft für Wahlforschung e. V. (DGfW): <http://www.dgfw.info>

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften: <http://www.gesis.org/gles>

German Longitudinal Election Study (GLES): <http://www.gles.eu>

Goethe-Universität Frankfurt am Main: <http://www.uni-frankfurt.de>

Universität Mannheim: <http://www.uni-mannheim.de>

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB): <http://www.wzb.eu>