



Ipsos Public Affairs

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



Naturbewusstsein 2017

Methodenbericht

29. Januar 2017

Bericht an

Dr. Christoph Schleer
SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH
Heimstraße 18
10965 Berlin

Vorgelegt von

Ipsos Public Affairs
Schwartzkopffstraße 11
10115 Berlin

Kontakt

Armgard Zindler
Senior Research Executive
Tel: 030 3030645-7300
Email: armgard.zindler@ipsos.com

Projektmitarbeiter

Armgard Zindler, Max Kowalewski, Robert Grimm

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----|---|----|
| 1. | Untersuchungsgegenstand | 3 |
| 2. | Studiendesign | 4 |
| | Grundgesamtheit | 4 |
| | Stichprobenziehung | 4 |
| 3. | Feldarbeit | 9 |
| | Interviewerschulung und Interviewerstab | 9 |
| | Persönlich-mündliche Befragung | 9 |
| 4. | Datenerfassung und –verarbeitung | 11 |
| | Datenerfassung und -verarbeitung | 11 |
| | Codierung der offenen Nennungen | 11 |
| | Gewichtung | 11 |
| | Ergebnislieferung | 12 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|---|---|
| Tabelle 1: Kurzüberblick über das Studiendesign | 4 |
| Tabelle 2: Vergleich zwischen Grundgesamtheit und Nettostichprobe | 6 |
| Tabelle 3: Felddetails und Ausschöpfungsquote | 9 |

1. Untersuchungsgegenstand

„Die 2007 vom Bundeskabinett beschlossene Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt stellt bis heute einen Meilenstein der Naturschutzpolitik Deutschlands dar. Das Ziel der Strategie, den anhaltenden Verlust von Arten und Lebensräumen zu stoppen, ist damals wie heute von zentraler Bedeutung.

Auch nach zehn Jahren trägt die Strategie der Bundesregierung deutlich zum Erhalt der Biologischen Vielfalt bei und rückt die langjährigen Forderungen der deutschen Naturschutzorganisationen nach einem konkreten Maßnahmen- und Zielkonzept zum Erhalt der heimischen Flora und Fauna in greifbare Nähe.

Unverändert gilt nach zehn Jahren aber auch: Die Umsetzung hinkt den Zielen und Ansprüchen weit hinterher.“¹

Seit dem Jahr 2009 führt das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit in zweijährigem Abstand eine repräsentative Bevölkerungsumfrage zur Einstellung der deutschen Bevölkerung zu Natur und biologischer Vielfalt durch. Die Studie ermittelt das Naturverständnis der Bevölkerung, wie Natur wahrgenommen und erlebt wird, welche Bereitschaft vorhanden ist sich für Naturschutz einzusetzen und wie aktuelle Fragen der Naturschutzpolitik bewertet werden.

Im Jahr 2017 war die Ipsos GmbH in Kooperation mit der SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH für die Durchführung der Face-to-Face-Studie verantwortlich.

¹ https://www.nabu.de/downloads/170529_Bilanz_10-Jahre-NBS_BUND_DNR_DUH_NABU_WWF.pdf

2. Studiendesign

Tabelle 1: Kurzüberblick über das Studiendesign

| Naturbewusstsein 2017 | |
|------------------------------|--|
| Methode | Computergestützte persönliche Befragung (CAPI) |
| Grundgesamtheit | Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 18 Jahren, welche innerhalb eines Privathaushalts in Deutschland lebt |
| Stichprobe | Repräsentative mehrstufig geschichtete ADM - Zufallsstichprobe |
| Fallzahl | 2.065 Nettointerviews |
| Fragebogenlänge | 50 Minuten |
| Interviewerschulung | Schriftliche Schulungsunterlagen Obligatorisches Probeinterview Nachkontrollen von 10 Prozent der Interviews |
| Eingesetzte Interviewer | 239 |
| Erhebungszeitraum | 26.10. – 8.12.2017 |

Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit für die Studie „Naturbewusstsein 2017“ stellte die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 18 Jahren dar.

Stichprobenziehung

Da in Deutschland kein öffentlich zugängliches Verzeichnis von Privathaushalten existiert, erfolgte die Auswahl der Sample-Points in einem dreistufigen Prozess aus dem ADM-Mastersample für persönliche Befragungen: Zunächst wurden so genannte Sample-Points gezogen, die als geographische Startpunkte dienten. Im Anschluss daran erfolgte eine Auswahl der Haushalte nach dem Random-Route-Prinzip. Innerhalb der Haushalte wurde dann in einem letzten Schritt die Zielperson für die Befragung bestimmt. Im Folgenden erläutern wir die drei Stufen ausführlicher.

Erste Stufe:

Für persönliche Befragungen ist über die Jahre im Rahmen des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM)² ein eigenes Stichprobensystem entstanden. Dieses System fußt auf einer Flächenstichprobe, die das gesamte Wohngebiet Deutschlands abbildet. Dazu wird das Gebiet der Bundesrepublik in ca. 53.000 verschiedene Flächen (Sampling Points) abgegrenzt, welche durchschnittlich jeweils 700 Privathaushalte umfassen. Als Basis für diese Unterteilung dient die politische Gliederung Deutschlands in Gemeinden, Kommunen, intrakommunale Gliederungen und für Navigationsgeräte entwickelte digitale Straßenkarten. Die oberste Anordnungsebene stellen die Bundesländer dar. Eine weitere Vertiefung erfolgt durch die Regierungsbezirke der einzelnen Bundesländer, Regierungsbezirke nach Kreisen, pro Kreis Anordnung nach BIK-Gemeindegrößenklassen bis hin zu Gemeinden und Stadtteilen (sofern mehrere vorhanden) der BIK-Gemeindegrößenklasse.

Diese Flächen bildeten die Auswahlseinheiten der ersten Auswahlstufe, wodurch eine repräsentative Abbildung des Gebiets der Bundesrepublik Deutschland gewährleistet wurde.

Zweite Stufe:

Zunächst wurden diese Flächen nach regionalen Einheiten geschichtet³, aus denen dann proportional zur Verteilung der Privathaushalte sogenannte Netze gezogen wurden. Die gezogenen Netze sind überschneidungsfrei und können somit beliebig kumuliert werden.⁴

Die Ziehung der Netze erfolgte durch den ADM, der diese Ipsos als Mitgliedsinstitut nach Bedarf zur Verfügung stellt. Ebenfalls erhielt Ipsos eine dazugehörige Startadressendatei⁵, die in jedem Sampling Point als Ausgangspunkt für die Auswahl der Befragungshaushalte diente. Von diesem zufällig ausgewählten Startpunkt ausgehend ermittelten der Interviewer nach festgelegten Begehungsregeln die Befragungshaushalte. Jeder dritte Haushalt wurde schließlich für die Befragung ausgewählt, lediglich der Haushalt der Startadresse durfte nicht befragt werden, weil er eine höhere Auswahlwahrscheinlichkeit besaß.

² Der ADM („Arbeitsgemeinschaft Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.“) vertritt als Verband die Interessen der wirtschaftlichen Forschungsinstitute in Deutschland. Er genießt das im Grundgesetz verankerte Recht auf Freiheit der Forschung und setzt dafür entsprechende ethische Standards.

³ Schichtung bedeutet dabei, dass zunächst die Grundgesamtheit in verschiedene Gruppen eingeteilt wird, aus denen jeweils einzelne Zufallsstichproben gezogen werden (vgl. Schnell et al. 2011: 271). Eine regional geschichtete Stichprobe gewährleistet somit in geographischer Hinsicht ein repräsentatives Abbild der Bundesrepublik Deutschland.

⁴ Hoffmeyer-Zlotnik, Jürgen (1997): Random-Route-Stichproben nach ADM. In: Gabler, Siegfried/Hoffmeyer-Zlotnik, Jürgen H.P. (Hg.): Stichproben in der Umfragepraxis. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. // Behrens, Kurt/Löffler, Ute (1999): Aufbau des ADM-Stichproben-Systems. In: ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V./AG.MA Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (Hg.): Stichproben-Verfahren in der Umfrageforschung. Eine Darstellung für die Praxis. Opladen: Leske und Budrich. // ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (2009): Die ADM-Stichproben für persönlich-mündliche Befragungen.

⁵ Diese Startadressendatei enthält pro Sampling Point bis zu 50 zufällig ausgewählte Startadressen für die Begehung. Diese Startadressen werden jeweils über eingetragene Telefonanschlüsse in dem entsprechenden Sampling Point ermittelt.

Dritte Stufe:

Hatte der Interviewer einen entsprechenden Haushalt ausgewählt, musste schließlich vor Ort eine Zielperson nach Zufallsprinzip ermittelt werden. Dazu wurde im Haushalt diejenige Person ab 18 Jahren ermittelt, die als letztes Geburtstag hatte.

Für einen detaillierten Vergleich zwischen Grundgesamtheit und Nettostichprobe siehe Tabelle 2.

Tabelle 2: Vergleich zwischen Grundgesamtheit und Nettostichprobe

| | Grundge- samtheit | Nettostich- probe |
|-------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Bundesländer | | |
| Schleswig-Holstein | 3,5% | 3,8% |
| Hamburg | 2,2% | 2,3% |
| Niedersachsen | 9,6% | 9,6% |
| Bremen | 0,8% | 0,8% |
| Nordrhein-Westfalen | 21,6% | 21,2% |
| Hessen | 7,4% | 7,4% |
| Rheinland-Pfalz | 4,9% | 5,1% |
| Baden-Württemberg | 13,0% | 13,1% |
| Bayern | 15,5% | 15,1% |
| Saarland | 1,3% | 1,4% |
| Berlin | 4,3% | 4,2% |
| Brandenburg | 3,1% | 3,2% |
| Mecklenburg-Vorpommern | 2,0% | 2,1% |
| Sachsen | 5,2% | 5,1% |
| Sachsen-Anhalt | 2,9% | 2,8% |
| Thüringen | 2,7% | 2,8% |
| BIK-Gemeindegrößenklassen | | |
| bis unter 2.000 Einwohner | 1,8% | 1,0% |
| 2.000 bis unter 5.000 Einwohner | 2,6% | 1,8% |
| 5.000 bis unter 20.000 Einwohner | 8,5% | 5,7% |
| 20.000 bis unter 50.000 Einwohner | 11,0% | 8,1% |
| 50.000 bis unter 100.000 Einwohner | 10,0% | 10,2% |
| 100.000 bis unter 500.000 Einwohner | 29,8% | 32,0% |
| 500.000 Einwohner und mehr | 36,3% | 41,2% |
| Geschlecht | | |
| Männer | 48,8% | 48,8% |
| Frauen | 51,2% | 51,2% |
| Altersgruppen | | |
| 18-29 Jahre | 16,9% | 16,8% |
| 30-39 Jahre | 14,5% | 15,1% |
| 40-49 Jahre | 17,6% | 17,6% |
| 50-59 Jahre | 18,8% | 18,7% |
| 60-69 Jahre | 13,5% | 13,2% |
| 70 Jahre und älter | 18,7% | 18,6% |

| | | |
|--|-------|-------|
| Bildungsabschluss | | |
| Kein Schulabschluss | 1,2% | 1,4% |
| Haupt-/Volksschulabschluss | 36,7% | 34,9% |
| Abschluss 10te Klasse der Polytech. Oberschule | 6,6% | 6,8% |
| Realschulabschluss (mittlere Reife) | 25,0% | 31,8% |
| Abitur oder Fachhochschulreife | 30,5% | 25,1% |

3. Feldarbeit

Interviewerschulung und Interviewerstab

Für die Feldarbeit wurden ausschließlich erfahrene und geschulte Interviewer eingesetzt, die sich in der Vergangenheit bei der Durchführung von Face-to-Face-Umfragen besonders qualifiziert hatten und ausreichend Erfahrungen bei Sozialforschungsstudien aufwiesen.

Im Vorfeld der Befragung erfolgten umfangreiche schriftliche Briefings. Im Rahmen dieser Einweisungen erhielten die Interviewer Informationen zum Hintergrund der Studie, Instruktionen zu den Inhalten und der Struktur des Fragebogens, sowie besondere Hinweise zum Umgang mit offenen Fragen.

Neben Trainingsinterviews wurde in diesem Rahmen besonderes Augenmerk auf eine erfolgreiche Einwandbehandlung gelegt, in deren Rahmen es die Aufgabe des Interviewers ist, Bedenken gegenüber der Befragung zu beseitigen und anfängliche Verweigerer zu einer Teilnahme am Interview zu bewegen. Dabei war insbesondere die Nennung der Auftraggeber und der Hinweis auf die Wissenschaftlichkeit der Befragung von besonderer Bedeutung für die Teilnahmebereitschaft der Zielpersonen.

Während der gesamten Feldarbeit gab es einen regen Austausch zwischen Feldleitung und Interviewern. Neben der Kontrolle der Interviewer stand die Feldleitung diesen für eine kontinuierliche Betreuung und Schulung zur Verfügung. Zusätzlich zum Interviewer-Briefing hatten die Interviewer die Möglichkeit, telefonisch Hilfestellung von der Feldleitung zu erhalten. Darüber hinaus gaben sie täglich Rückmeldung zur Teilnahme- und Auskunftsbereitschaft der Zielperson, der Anzahl ihrer vollständigen Interviews, sowie auftauchenden Komplikationen in der Feldarbeit. In inhaltlichen Angelegenheiten diente direkt die Projektleitung als Ansprechpartner.

Persönlich-mündliche Befragung

Die Befragungen wurden als persönliche Face-to-Face-Interviews und ausschließlich mit der vorher bestimmten Zielperson geführt. Bei Nichterreichen dieser Person bemühten sich die Interviewer, innerhalb von drei Kontaktversuchen zu unterschiedlichen Zeiten und an unterschiedlichen Tagen (dabei mindestens ein Kontaktversuch abends und ein Kontaktversuch am Wochenende) einen persönlichen Kontakt mit der Zielperson herzustellen und das Interview durchzuführen. Damit waren eine gezielte Quotenauswahl und eine Substitution von Nichtkontakten ausgeschlossen.

Im Laufe der Feldarbeit erfolgte eine kontinuierliche Kontrolle der Interviews. Diese Kontrollen fanden postalisch mit den Zielpersonen statt und beinhalteten Fragen zu Thema, Zeitpunkt und der Länge des Interviewerbesuches. In diesem Rahmen wurde außerdem überprüft, ob das Interview ordnungsgemäß am Laptop stattfand. Auf diesem Weg wurden 10 Prozent der Nettointerviews kontrolliert.

Tabelle 3: Felddetails und Ausschöpfungsquote

| Felddetails | |
|-------------------------------------|--------------|
| Feldbeginn | 26.10.2017 |
| Feldende | 08.12.2017 |
| Bruttostichprobe | 3.340 |
| Neutrale Ausfälle | 9 |
| Bereinigte Bruttostichprobe (Netto) | 3.331 |
| Systematische Ausfälle: | |
| Mehrfach nicht anzutreffen | 557 |
| Verweigerung | 683 |
| Sonstige Befragtengründe | 24 |
| Fehlerhafte Interviews | 2 |
| Systematische Ausfälle insgesamt | 1.266 |
| Realisierte Interviews | 2.065 |
| Ausschöpfung | 61,99% |

4. Datenerfassung und –verarbeitung

Datenerfassung und -verarbeitung

Nach erfolgreich abgeschlossener Feldarbeit wurden die Daten der Befragung systematisch verarbeitet und ausgewertet. Dieser Arbeitsschritt erfolgte in unserem hauseigenen Rechenzentrum, in dem Spezialisten für Tabellierung, Datenanalyse und anspruchsvolle statistische Auswertungen tätig sind.

Codierung der offenen Nennungen

Da der Fragebogen eine offene Frage und drei halboffene Fragen enthielt, wurden die wörtlichen Nennungen von Ipsos kategorisiert und nach einem mit dem Kunden abgestimmten Codeplan vercodet. Dieser Arbeitsschritt fand in unserer hauseigenen Codierabteilung mit rund 20 ausgebildeten Codierern und mithilfe der Software Ascribe statt. Dort wurde gewährleistet, dass der gesamte Codiervorgang transparent und entsprechend der ISO-Norm DIN 20252 erfolgte.

Die Verbatims der Fragen wurden in den SPSS-Datenbestand integriert.

Gewichtung

Im Anschluss an die Erhebung wurden die Daten vor ihrer Auswertung einer Gewichtung unterzogen. Diese beinhaltete die Gewichtungsschritte der Transformation und des „Redressment“.

Unterschiedliche Auswahlwahrscheinlichkeiten, die sich durch die Konzeption der Stichprobenziehung ergaben, wurden dabei durch das Transformationsgewicht ausgeglichen. Da ADM-Stichproben als Haushaltsstichproben konzipiert sind, hatte zwar jeder Haushalt die gleiche Chance, in die Stichprobe zu gelangen. Aufgrund unterschiedlicher Haushaltsgrößen und unterschiedlicher Erreichbarkeit galt dies jedoch nicht gleichermaßen für die einzelnen Haushaltsmitglieder. So war die Auswahlchance einer Person aus einem Einpersonenhaushalt deutlich größer als einer anderen Person, die mit vier weiteren Personen in einem Haushalt lebte. Aus diesem Grund war die Haushaltsstichprobe rechnerisch in eine Personenstichprobe zu überführen, in der alle Personen die gleiche Auswahlwahrscheinlichkeit besitzen. Dies geschah durch den Schritt der Transformation, in dem die Fälle mit dem Kehrwert ihrer Auswahlwahrscheinlichkeit gewichtet wurden.

Darüber hinaus wurden im Rahmen des „Redressment“ Anpassungen der demografischen Strukturen in der realisierten Stichprobe an die Vorgaben der amtlichen Statistik vorgenommen. Damit

wurden normale Schwankungen und Schiefen in der Ausschöpfung ausgeglichen, die sich durch verschiedene Selektivitäten der einzelnen Stichprobenelemente ergaben.

Als Vergleichsgrößen wurden dazu die Merkmale Alter, Geschlecht, Bundesland, Ortsgröße (BIK 7) und höchster Schulabschluss herangezogen. Die Sollvorgaben stammten dabei aus dem Tageszeitungsdatensatz der Mediaanalyse (ma) mit mehr als 130.000 Interviews, die nach dem Mikrozensus gewichtet sind. Als Mitgliedsinstitut des ADM, das an der Erhebung der Mediaanalyse (ma) beteiligt ist, ist Ipsos dazu berechtigt.

Als Standardwichtungsprozedur bei Ipsos gilt die IPF-Wichtung (Iterative Proportional Fitting nach Deming) aus dem Quantum-Programmpaket. Anhand dieses Gewichtungsverfahrens wurde die Ist-Verteilung der Stichprobe sukzessive an die vorgegebenen Soll-Zahlen der Gewichtungsvariablen angepasst. Dazu wurde für jede Zelle ein bestimmter Gewichtungsfaktor berechnet, der über den Quotienten aus Ist- und Soll-Zahlen gebildet wurde. Diese so berechneten Gewichtungsfaktoren bildeten dann den Ausgang für die Anpassung des folgenden Merkmals. Diese Berechnung erfolgte iterativ, bis schließlich alle Variablen an die vorgegebenen Soll-Zahlen angepasst waren.

Ergebnislieferung

Nach der Aufbereitung der Daten stellte Ipsos dem Auftraggeber einen bereinigten und gelabelten SPSS-Datensatz zur Verfügung. Die Vergabe der Value Labels erfolgte nach Absprache.