

Inhaltsverzeichnis

Michael Häder, Sabine Häder

Vorwort 11

Teil A

Die Methodologie von Befragungen über das Mobilfunknetz

Michael Häder

1 Befragungen über das Mobilfunknetz: Eine neue Technik im sozialwissenschaftlichen Methodenarsenal 13

Michael Häder

2 Modell einer Mixed-Mode-Studie mit Mobilfunk- und Festnetzbefragung.
Genereller Problemaufriss 17

- 2.1 Stichprobenziehung 18
- 2.2 Gewichtungszprozedur 18
- 2.3 Mode-Effekte 19
- 2.4 Teilnahmebereitschaft an Mobilfunkbefragungen 20

Teil B

Stichprobenziehung, Gewichtung und Realisierung

Sabine Häder, Siegfried Gabler, Christiane Heckel

3 Stichprobenziehung für die CELLA-Studie 21

- 3.1 Zur Geschichte der Telefonstichproben in Deutschland 21
- 3.2 Internationale Entwicklung im Bereich Telefonstichproben 23
- 3.3 Stichprobenansatz für die CELLA-Studie:
Dual-Frame-Modell 25
- 3.4 Auswahl im Festnetz 30
- 3.5 Auswahl im Mobilfunknetz 35
- 3.5.1 Beschreibung der Auswahlgrundlage 35
- 3.5.2 Bildung der Stichprobe 45

Siegfried Gabler, Sabine Häder

4 Gewichtung für die CELLA-Studie 51

Jennifer Graeske, Tanja Kunz

5 Stichprobenqualität der CELLA-Studie unter besonderer Berücksichtigung der Mobile-onlys 57

- 5.1 Situationsbeschreibung 57
- 5.2 Zur Problematik der Mobile-onlys 58

	5.3	Vergleich der Randverteilungen ausgewählter Variablen der CELLA-Studie mit den Daten des Mikrozensus 2006.....	60
	5.4	Fazit	70
		<i>Sabine Häder, Michael Häder, Jennifer Graeske, Tanja Kunz, Götz Schneiderat</i>	
6		Realisierung der Stichprobe	71
	6.1	Ausschöpfungsberechnung	71
	6.2	Die Erreichbarkeit der Zielpersonen für Befragungen über das Festnetz und über den Mobilfunk	77
	6.3	Kontaktzeiten: Uhrzeit, Wochentag	80

Teil C

Teilnahmebereitschaft an Mobilfunkbefragungen, Design der Studie und Befunde

		<i>Götz Schneiderat, Tino Schlinzig</i>	
7		Teilnahmebereitschaft und Teilnahmeverhalten bei Telefonumfragen in der Allgemeinbevölkerung über das Mobilfunknetz	83
	7.1	Ausgangspunkt	83
	7.2	Teilnahmebereitschaft	84
		7.2.1 Lokalitäten	85
		7.2.2 Stichprobendesigns und Teilnahmeverhalten	91
		7.2.3 Die Randomisierte Geburtstagsauswahl in der Festnetzstudie.....	92
		7.2.4 Ankündigungs-SMS und Teilnahmeverhalten	94
	7.3	Fazit	97
		<i>Götz Schneiderat, Tino Schlinzig</i>	
8		Das Mobilfunktelefonverhalten in der Allgemeinbevölkerung	99
	8.1	Ausgangspunkt	99
	8.2	Der Aufstieg des Handys	101
	8.3	Ergebnisse der Befragung	101
		8.3.1 Nutzung von Telekommunikation	101
		8.3.2 Handy als Instrument für die Umfrageforschung	104
		8.3.3 Zur Erreichbarkeit: Wie häufig erwartet man Anrufe?	104
		8.3.4 Das Handy – inzwischen ein Alltagsinstrument.....	112
		8.3.5 Persönlicher Kontakt zu Mobile-onlys – Wer ist nur noch über Handy erreichbar?	117
	8.4	Fazit	118
		<i>Götz Schneiderat, Tino Schlinzig</i>	
9		Die Anwesenheit Dritter als intervenierende Größe für die Response-Rate	121
	9.1	Theoretischer Rahmen	121
	9.2	Vorbemerkungen: Methodisches Vorgehen	122
	9.3	Ergebnisse	124
		9.3.1 Erfassung von Umgebungsinformationen während des Telefonats	124

	9.3.2	Abbrecher, Personen mit erhöhter Meinungslosigkeit und vollständige Interviews	129
	9.3.3	Anwesenheit Dritter bei Befragungen im Vergleich	130
	9.4	Fazit	131
		<i>Götz Schneiderat, Tino Schlinzig</i>	
10		Die Non-Respondenten: Auswertung der Ergebnisse der Kurzbefragung	133
	10.1	Bestimmung des theoretischen Rahmens	133
	10.2	Beschreibung des Instruments	135
	10.3	Empirische Ergebnisse	136
		10.3.1 Stichprobenqualität	136
		10.3.2 Verweigerungsgründe	139
		10.3.3 Kurzfragebogen als immaterielles Incentive	141
	10.4	Fazit	143
		<i>Götz Schneiderat, Tino Schlinzig</i>	
11		Der Pretest und Vorstudien	145
	11.1	Pretest	145
	11.2	Vorstudie I	147
		11.2.1 Design der Vorstudie I	147
		11.2.2 Ergebnisse der Vorstudie I	149
	11.3	Vorstudie II	156
		11.3.1 Design der Vorstudie II	156
		11.3.2 Ergebnisse der Vorstudie II	158
	11.4	Kognitive Pretests	162
	11.5	Fazit	164
Teil D			
Mode-Effekte			
		<i>Michael Häder, Mike Kühne</i>	
12		Theoretischer Rahmen und Untersuchungsdesign	165
	12.1	Das Wissen um Mode-Effekte	165
	12.2	Mode-Effekte bei Festnetz- und Mobilfunkbefragungen	168
		<i>Michael Häder, Mike Kühne</i>	
13		Die Prägung des Antwortverhaltens durch die soziale Erwünschtheit	175
	13.1	Sozial erwünschtes Antwortverhalten bei der Frage nach dem Haushaltsnettoeinkommen	176
	13.2	Retrospektive Wahlentscheidung	178
	13.3	SD-Skalen	182
	13.4	Item-Nonresponse	184
	13.5	Zusammenfassung	186

	<i>Mike Kühne, Michael Häder</i>	
14	Das Kriterium Antwortlatenzzeiten	187
	14.1 Diskussion der theoretischen Grundlagen des Kriteriums Antwortlatenzen	187
	14.2 Gesamtdauer	188
	14.3 Empirische Befunde zu den Antwortlatenzzeiten in beiden Modes	189
	<i>Michael Häder, Mike Kühne</i>	
15	Mode-Effekte bei Einstellungsfragen mit direktem inhaltlichen Bezug	193
	15.1 Theoretischer Rahmen	193
	15.2 Instrumente	194
	15.3 Befunde	195
	15.4 Zusammenfassung	199
	<i>Michael Häder, Mike Kühne</i>	
16	Skaleneffekte	201
	16.1 Theoretischer Rahmen	201
	16.2 Instrumente	202
	16.3 Befunde	203
	16.4 Zusammenfassung	206
	<i>Michael Häder, Mike Kühne</i>	
17	Fragereihenfolgeeffekte	207
	17.1 Split zum Subtraktionseffekt	208
	17.2 Split zum Recency-Effekt	211
	17.3 Zusammenfassung	216
	<i>Mike Kühne, Michael Häder</i>	
18	Konsistenzen und Inkonsistenzen im Antwortverhalten	217
	18.1 Einstellungsstärke	217
	18.2 Antwortkonsistenz und Datenqualität	218
	18.2.1 Antwortstabilität	218
	18.2.2 Reaktion auf Pseudofragen	219
	18.3 Ergebnisse	219
	18.3.1 Zentralität und Intensität als Indikatoren der Einstellungsstärke	219
	18.3.2 Mode und Antwortstabilität	221
	18.3.3 Mode und Reaktion auf Pseudo-Opinions	222
	18.4 Zusammenfassung	224
	<i>Michael Häder, Mike Kühne</i>	
19	Erinnerungsleistung der Befragten in beiden Modes	225
	19.1 Theoretischer Hintergrund	225
	19.2 Instrumentarium	225
	19.3 Ergebnisse	226
	19.4 Zusammenfassung	228

Michael Häder, Mike Kühne

20	Weitere Anhaltspunkte für Mode-Effekte	229
20.1	Die Beantwortung offener und halboffener Fragen in telefonischen Befragungen über Mobilfunk und Festnetz	230
20.2	Die Bewertung des Interviews	232
20.3	Analyse der Drop-outs	233
20.4	Test zur Frageformulierung	236
20.5	Zusammenfassung	238

Michael Häder, Mike Kühne

21	Zusammenfassung zu Mode-Effekten	241
----	--	-----

Antonius Schönberg

22	Zusammenfassung zu den Ergebnissen der CELLA-Studie	243
22.1	Stichprobenziehung	243
22.2	Teilnahmebereitschaft	245
22.3	Mode-Effekte	247

Teil E**Anhang**

Literatur	253
Fragebogen mit Variablenbezeichnungen	269
Die Autoren des Bandes	301