

Michael Häder

Empirische Sozialforschung

Eine Einführung

LEHRBUCH



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Michael Häder

Empirische Sozialforschung

Michael Häder

Empirische Sozialforschung

Eine Einführung



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage Oktober 2006

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2006

Lektorat: Frank Engelhardt

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN-10 3-531-14010-8

ISBN-13 978-3-531-14010-0

Inhaltsverzeichnis

1	Die Struktur dieses Buches: Eine Einleitung	11
2	Die Bedeutung des Methodenwissens für das Verständnis empirischer Daten	13
2.1	Zur Notwendigkeit, über die Methoden der Forschung nachzudenken.....	13
2.1.1	Erstes Beispiel: Die Bewertung der CDU.....	13
2.1.2	Zweites Beispiel: Die Fernsehdauer.....	14
2.1.3	Drittes Beispiel: Die Leitern.....	15
2.1.4	Viertes Beispiel: Verboten und nicht erlaubt.....	17
2.2	Einige Grundbegriffe.....	19
2.2.1	Empirische Sozialforschung.....	20
2.2.2	Methoden.....	20
2.2.3	Techniken.....	21
2.2.4	Methodologie.....	21
2.2.5	Theorie.....	21
2.2.6	Empirie.....	22
2.2.7	Qualitative und quantitative Daten.....	22
2.2.8	Variable.....	23
3	Wissenschaftstheorie	25
3.1	Das Anliegen der Wissenschaftstheorie.....	25
3.2	Probleme und deren Formulierung.....	28
3.2.1	Probleme als Ziel-Mittel-Konflikte.....	28
3.2.2	Arten von Problemen.....	30
	Maßnahme- beziehungsweise Wertprobleme, Theoretische und praktische Probleme, Beschreibungsprobleme, Explikationsprobleme, Definitionsprobleme, Explanations- oder Erklärungsprobleme, Prognose- beziehungsweise Vorhersageprobleme	
3.3	Begriffe und deren Definitionen.....	33
3.3.1	Nominaldefinitionen.....	35
3.3.2	Realdefinitionen.....	37
3.3.3	Operationale Definitionen.....	38
3.4	Hypothesen und deren Bearbeitung.....	39
3.4.1	Wenn-Dann-Hypothesen.....	47
3.4.2	Je-Desto-Hypothesen.....	48
3.4.3	Deterministische (oder nomologische) und probabilistische Hypothesen.....	48
3.4.4	Individual-, Kollektiv- und Kontexthypothesen.....	49

3.4.5	Unterscheidung von Hypothesen nach deren Bearbeitungs-	
	stand.....	50
3.5	Operationalisierung.....	51
3.6	Theorien und Gesetze.....	56
3.6.1	Theorien mit unterschiedlicher Reichweite.....	57
3.6.2	Nomologische und probabilistische Gesetze.....	58
3.6.3	Die Rolle von Theorien und Gesetzen im Rahmen von	
	Erklärungen.....	58
3.6.4	Darstellung von Theorien.....	60
3.7	Werturteilsproblem.....	61
3.8	Qualitative und quantitative Forschungsansätze.....	66
4	Forschungs- und Untersuchungsplanung.....	75
4.1	Phasen eines Empirischen Projekts.....	75
4.2	Das Beispiel der Dresdner Notwehr-Studie 2001/2002.....	84
4.3	Messen und Indexbildung.....	88
4.3.1	Problemstellung.....	88
4.3.2	Die Prinzipien der Messung.....	88
	Strukturtreue Messungen, Empirisches und numerisches	
	Relativ, Testtheorie und Messfehler	
4.3.3	Die Indexbildung.....	91
4.4	Skalen und Skalierungsverfahren.....	97
4.4.1	Die unterschiedlichen Mess-(Skalen-) niveaus.....	97
4.4.2	Skalierungsverfahren.....	101
	Die Likert-Skalierung, Die Skalogramm-Analyse,	
	Die Thurestone-Skalierung	
4.5	Die Gütekriterien Objektivität, Reliabilität und Validität.....	108
4.5.1	Objektivität.....	109
4.5.2	Reliabilität.....	109
	Paralleltest, Test-Retest-Design, Testhalbierung,	
	Konsistenzanalyse	
4.5.3	Validität.....	114
	Inhaltsvalidität, Kriteriumsvalidität, Konstruktvalidität,	
	Die Multitrait-Multimethod-Matrix (MMM-Matrix)	
4.6	Quer- und Längsschnittstudien.....	116
	Querschnittstudien, Trendstudien, Panelstudien	
4.7	Nichtreaktive Ansätze.....	124
4.7.1	Nichtreaktive Feldexperimente.....	126
4.7.2	Verhaltensspuren.....	128
4.7.3	Nutzung prozessproduzierter Daten.....	129
4.8	Sekundäranalysen von Datensätzen.....	130
4.9	Datenschutz, Anonymität und Vertraulichkeit.....	132

5	Auswahlverfahren.....	139
5.1	Grundbegriffe und Einteilung.....	139
5.1.1	Stichprobengröße.....	145
5.1.2	Vertrauensintervall.....	146
5.2	Zufallsstichproben in der Umfragepraxis.....	149
5.2.1	Das ADM-Design.....	149
5.2.2	Registerstichproben: die Einwohnermeldeamtsstichprobe.....	157
5.2.3	Telefonstichproben.....	158
5.3	Stichproben für interkulturelle Studien.....	161
5.4	Stichproben für Access-Panels und Internetbefragungen.....	164
5.4.1	Auswahlen bei Access-Panels.....	164
5.4.2	Stichproben für Intra- und Internetbefragungen.....	165
5.5	Klumpenstichproben: Das Beispiel der PISA-Studien.....	166
5.6	Quotenauswahl.....	169
5.7	Stichproben für spezielle Populationen.....	172
5.8	Das Nonresponse-Problem und die Möglichkeiten von Gewichtungen.....	174
5.8.1	Nonresponse.....	174
5.8.2	Die Gewichtung von Stichproben.....	178
	Designgewichtungen, Redressment	
6	Erhebungsmethoden.....	185
6.1	Befragungen.....	185
6.1.1	Klassifikationsmöglichkeiten.....	185
	Mündliche Befragungen, Schriftliche Befragungen, Telefonische Befragungen, Weitere Vermittlungsformen von Befragungen, Befragungen als Einzel- und als Gruppeninterviews, Gruppendiskussionen, Befragungen mit unterschiedlichem Grad an Strukturiertheit	
6.1.2	Theorien der Befragung.....	191
	Die Teilnahme an sozialwissenschaftlichen Befragungen als eine rationale Entscheidung, Teilnahme als heuristische Entscheidung, Teilnahme als Ergebnis eines sozialen Austauschs, Handlungstheoretische Ansätze, Die klassische Theorie des Interviews, Antwortselektion als Nutzenmaximierung, Das kognitionspsychologische Modell, Theorien paralleler Verarbei- tungswege, Das Konzept nach Krosnick und Alwin	
6.1.3	Formen der Befragung und deren Besonderheiten.....	206
	Die Face-to-face Befragung, Die schriftliche Befragung, Die telefonische Befragung, Qualitative Befragungen, Gruppendiskussionen, Soziometrische Befragungen, Netzwerkanalysen, Neue Formen der Befragung	
6.1.4	Beispiele für Umfragestudien.....	290
	ALLBUS, ESS, Mikrozensus, SOEP	
6.2	Sozialwissenschaftliche Beobachtungen.....	297
6.2.1	Grundprobleme wissenschaftlicher Beobachtungen.....	297

6.2.2	Formen der Beobachtung.....	301
	Teilnehmende und nichtteilnehmende, Feld- und Labor-, Offene- und verdeckte, Selbst- und Fremd-, Standardisierte, teilstandardisierte und nichtstandardisierte, Direkte und indirekte, Technisch vermittelte und technisch unvermittelte Beobachtungen	
6.2.3	Beobachtungsfehler.....	303
	Fehler zu Lasten des Beobachters, Fehler zu Lasten der Beobachtung, Fehler zu Lasten der äußeren Bedingungen	
6.2.4	Die Entwicklung des Beobachtungsdesigns.....	308
6.2.5	Das soziale Prestige eines Wohngebietes – als ein Beispiel für eine standardisierte, nichtteilnehmende Fremdbeobachtung im Feld.....	309
6.3	Inhaltsanalysen.....	319
6.3.1	Beispiele für Inhaltsanalysen.....	319
6.3.2	Spezifika sozialwissenschaftlicher Inhaltsanalysen.....	321
6.3.3	Klassifikationsmöglichkeiten von Inhaltsanalysen.....	322
6.3.4	Vorteile und Grenzen.....	325
6.3.5	Die Umfrageforschung im Spiegel der Presse, ein Beispiel für eine Inhaltsanalyse.....	326
6.3.6	Spezielle Formen von Inhaltsanalysen.....	331
	Computergestützte Inhaltsanalysen, Qualitative Ansätze der Inhaltsanalyse	
7	Komplexe Designs.....	337
7.1	Soziale Experimente.....	337
7.1.1	Wesen und Geschichte sozialer Experimente.....	337
7.1.2	Arten von Experimenten und deren Fehlerquellen.....	339
7.1.3	Das GfK-BehaviorScan – Beispiel für ein sozial- wissenschaftliches Experiment aus der Marktforschung.....	346
7.2	Fallstudien.....	348
7.3	Delphi-Befragungen.....	351
7.3.1	Anliegen des Delphi-Ansatzes.....	351
	Delphi-Befragungen zur Ideenaggregation, für eine möglichst exakte Bestimmung eines unsicheren Sachverhalts, zur Ermittlung und Qualifikation der Ansichten von Experten über einen diffusen Sachverhalt, zur Konsensbildung unter den Teilnehmern	
7.3.2	Die Zukunft der Dresdner Frauenkirche, Beispiel für eine Delphi-Befragung.....	355
7.4	Evaluationsstudien.....	359
7.4.1	Das Anliegen von Evaluationsstudien.....	359
7.4.2	Das Vorgehen bei Evaluationsstudien.....	361
7.4.3	Arten von Evaluationsstudien.....	363
7.4.4	Die Evaluation des Three-Strikes Gesetzes in den USA, ein Beispiel.....	365

7.5	Interkulturelle Studien – das Beispiel des European Social Survey.....	366
7.5.1	Organisationsstruktur.....	366
7.5.2	Übersetzung.....	368
7.5.3	Stichprobenstrategie.....	369
7.5.4	Interkulturelle Feldarbeit, Organisation und Kontrolle.....	370
7.6	Zeitbudgetstudien.....	371
7.6.1	Methodische Konzepte für Zeitbudgetstudien.....	371
7.6.2	Zeitkonzepte.....	374
7.6.3	Beispiele für Ergebnisse von Zeitbudgetstudien.....	376
7.6.4	Design einer Zeitbudgeterhebung.....	377
8	Pretests.....	385
8.1	Die Verfahren im Überblick.....	386
8.2	Pretestverfahren im Feld.....	386
8.2.1	Standard Pretest/Beobachtungspretest.....	386
8.2.2	Behaviour Coding.....	387
8.2.3	Problem Coding.....	389
8.2.4	Random Probe.....	389
8.2.5	Intensive Interview.....	390
8.2.6	Qualitative Interviews.....	390
8.2.7	Analyse von Antwortverteilungen.....	390
8.2.8	Split-Ballot-Technik.....	391
8.3	Kognitive Verfahren.....	391
8.3.1	Think aloud Methode.....	391
8.3.2	Probing / Nachfragetechnik.....	392
8.3.3	Paraphrasing.....	394
8.3.4	Sorting.....	394
8.3.5	Response Latency.....	395
8.4	Expertenbewertungen.....	395
8.5	Das Pretestdesign des Dresdner Notwehrbefragung 2001/2002.....	396
8.5.1	Im Pretest zu bearbeitende Probleme.....	396
8.5.2	Das Pretestdesign.....	397
8.5.3	Die Durchführung.....	398
8.5.4	Ergebnisse.....	399
8.5.5	Der Pretest am Erhebungsinstitut.....	400
9	Aufbereitung und Auswertung der Daten.....	401
9.1	Aufbereitung der Daten und Fehlersuche.....	401
9.1.1	Aufbereitung qualitativer Daten.....	401
9.1.2	Aufbereitung quantitativer Daten.....	404
	Die Kodierung und die Datenübertragung, Die Fehlerkontrolle und -bereinigung, Die Umformung von Variablen, Umkodierung von Variablen, Die Behandlung offener und halboffener Fragen, Behandlung fehlender Werter	
9.2	Grundprinzipien der statistischen Analysen.....	409

9.2.1	Deskriptive Auswertungen.....	410
	Klassifikatorische Nominalskala, Ordinalskala, Intervallskala, Korrelationen	
9.2.2	Inferenzstatistische Analysen.....	421
	Der α - und der β -Fehler, Signifikanztests und die Stärke eines Zusammenhangs, Der χ^2 (Chi-Quadrat) Test, Vergleich von Mittelwerten (t-Test)	
9.2.3	Die CHAID-Analyse.....	426
9.3	Die Nutzung der Facettentheorie zur Datenauswertung.....	429
9.3.1	Grundprinzipien.....	429
9.3.2	Die Facettentheorie zur explorativen Aufklärung von angetroffenen Geschlechtsunterschieden.....	436
9.4	Qualitative Analysen.....	442
10	Dokumentation.....	445
10.1	Die Qualitätskriterien der Umfrageforschung und der Umgang mit empirischen Daten.....	445
10.2	Methodenberichte.....	452
	Literatur.....	455
	Personenregister.....	485
	Sachregister.....	493

1 Die Struktur dieses Buches: Eine Einleitung

Die Methoden der Empirischen Sozialforschung sind hochspezialisiert und vermögen es, eine breite Aufgabenpalette abzudecken. Sie reichen von der Forschungslogik über die Auswahlverfahren bis zur statistischen Datenanalyse. Der vorliegende Band enthält das Grundwissen zu allen relevanten Methoden der Empirischen Sozialforschung und nennt weiterführende Veröffentlichungen. Zu zahlreichen einzelnen Problemen liegt eine umfangreiche Spezialliteratur vor, auf die an den entsprechenden Stellen hingewiesen wird.

Daneben wird in diesem Band an zahlreichen Beispielen demonstriert, wie dieses Grundwissen bei der Erforschung sozialer Sachverhalte eingesetzt werden kann. Schließlich kann ein Text zwar Informationen zu den Methoden und Techniken transportieren. Um beim Leser jedoch Fähigkeiten im Umgang mit den Methoden zu erreichen, müssen diese aber von ihm angewandt und geübt werden. Der Band besitzt den folgenden Aufbau:

Zunächst wird im *zweiten Abschnitt* versucht, den Leser gegenüber dem Gebrauch der empirischen Methoden zu sensibilisieren. In zahlreichen Experimenten hat sich gezeigt, dass selbst scheinbar unbedeutende Details der für die Erforschung sozialer Sachverhalte eingesetzten Methoden entscheidend die Ergebnisse der Forschungen mitbestimmen. Mit anderen Worten hängt ein Forschungsbefund nicht nur vom beforschten Sachverhalt ab, sondern auch von den für seine Erforschung eingesetzten Methoden. Damit wird es für jeden Anwender relevant, sich mit den Voraussetzungen und Möglichkeiten der entsprechenden Methoden zu befassen.

Der *dritte Abschnitt* widmet sich dann zunächst der Theorie der Methoden. Ähnlich wie in einem Kochbuch, wo einleitend auch theoretisch etwas zur Kunst des richtigen Würzens und zum pfleglichen Umgang mit den wichtigsten Zutaten gesagt wird, so sollen und müssen auch hier Aspekte der Logik der Forschung diskutiert werden. Soziale Probleme, die mithilfe bestimmter Begriffe ausgedrückt werden, erfahren in Form von Hypothesen eine erste Bearbeitung. Sie werden dann auf der Grundlage gewonnener empirischer Befunde in Theorien und in Gesetzen weiter verdichtet. Alle diese Schritte sind näher zu betrachten.

Dem schließt sich im *vierten Abschnitt* die Beschreibung der Forschungs- und Untersuchungsplanung an. Ein Interesse an der Bearbeitung eines bestimmten Problems vorausgesetzt, bedarf es nun eines geeigneten Designs, um es einer Lösung näher zu bringen. So vielfältig wie die Probleme sind, die von der Empirischen Sozialforschung bearbeitet werden, so unterschiedlich sind auch deren Methoden und Instrumente, die sie zur Lösung solcher Probleme bereithält. Um eine Fragestellung mit einer möglichst maßgeschneiderten Methodik bearbeiten zu können, müssen beispielsweise geeignete Messinstrumente entwickelt und deren Leistungsvermögen ermittelt werden. Es ist aber beispielsweise auch zu entscheiden, wie viele Untersuchungen überhaupt erforderlich sind, um zu einer befriedigenden Lösung zu gelangen.

Empirische Untersuchungen möchten mit ihren Resultaten in der Regel Aussagen über eine ganze Reihe von Elementen treffen. Besonders bekannt geworden sind hier Wahlprog-

nosen, welche aufgrund des Studiums einer nur relativ kleinen Anzahl an Personen vorab zum Ausgang der Wahl angestellt werden. Dazu sind in der Praxis geeignete Auswahlstrategien für die zu befragenden Personen zu finden und umzusetzen, um später belastbare Aussagen treffen zu können und – wie geschehen – Fehldiagnosen zu verhindern. Der Problematik von Auswahlverfahren ist der *fünfte Abschnitt* gewidmet.

Bei der eigentlichen Erhebung der Daten kommen dann drei Hauptstrategien zum Einsatz: eine bestimmte Art und Weise der Befragung, eine Form der Beobachtung oder / und eine Variante der Inhaltsanalyse. Dabei ist es sowohl denkbar, dass eine dieser Methoden exklusiv eingesetzt wird. Es ist aber auch möglich, dass das Erhebungsdesign einen Mix aus verschiedenen Techniken vorsieht. Diese drei Erhebungsmethoden werden in ihrer jeweiligen Vielfalt im *sechsten Abschnitt* ausführlich vorgestellt.

Oft ist es nicht ausreichend, für die Lösung eines sozialwissenschaftlichen Problems nur eine einzelne Methode ausschließlich einzusetzen. In komplexen Untersuchungsanordnungen werden deshalb verschiedene Methoden und Techniken mit ihren jeweiligen Vorteilen und Grenzen aufeinander abgestimmt und möglichst passgenau zur Anwendung gebracht. Beispiele für solche Ansätze werden im *siebten Abschnitt* beschrieben.

Eine eigene Gruppe von Methoden bilden inzwischen die Pretests. In Voruntersuchungen müssen die für eine empirische Erhebung vorgesehenen Instrumente und Strategien zunächst auf ihre Leistungsfähigkeit überprüft werden, bevor sie in einem größeren Maßstab eingesetzt werden können. Die Empirische Sozialforschung verfügt über diffizile Verfahren, um die für eine Erhebung vorgesehenen Instrumente zu überprüfen. Solche Pretestdesigns werden im *achten Abschnitt* vorgestellt.

Der *neunte Abschnitt* widmet sich der Phase, die sich an die Datenerhebung anschließt. Um wissenschaftlichen Kriterien zu genügen, müssen die Untersuchungen nachvollziehbar aufbereitet werden, mögliche Fehler sind aufzufinden und zu korrigieren. Dem schließt sich die mathematisch-statistische Datenauswertung an. Auch an dieser Stelle wird wieder versucht, beispielhaft mögliche Strategien für diese Phase einer sozialwissenschaftlichen Untersuchung aufzuzeigen.

Den Abschluss eines Projekts der Empirischen Sozialforschung und auch dieser Betrachtungen bildet die Dokumentation der Untersuchung. Im *zehnten Abschnitt* wird dazu beschrieben, welche Informationen erforderlich sind, um die Befunde einer Erhebung für Dritte nachvollziehbar zu beschreiben. Replikationsstudien besitzen eine eigene Bedeutung im Methodenarsenal. Voraussetzung auch für solche Studien ist die Darstellung aller wesentlichen Schritte einer Forschung. Schließlich zeichnet sich Wissenschaft nicht zuletzt dadurch aus, dass sie ihr Vorgehen offen legt.

Mein Dank gilt an dieser Stelle Frau Grit Jüttler (M.A.) für ihre ausdauernde und akribische Unterstützung bei der Fertigstellung des Manuskripts sowie meiner Frau, Dr. Sabine Häder, für die vielen wertvollen Hinweise und Ratschläge, für die nützlichen Gespräche und für alle weiteren Hilfestellungen während der Arbeit an diesem Buch.

2 Die Bedeutung des Methodenwissens für das Verständnis empirischer Daten

2.1 Zur Notwendigkeit, über die Methoden der Forschung nachzudenken

Viele Menschen konsumieren im Alltag zu Unterhaltungszwecken wahrscheinlich recht gern die Ergebnisse (pseudowissenschaftlich-)empirischer Umfragestudien. So kann man sich zum Beispiel im Internet an einer Umfrage zum Weltraumtourismus beteiligen und dazu die folgende Frage beantworten: „Mit SpaceShipOne ist das erste privat finanzierte Raumflugzeug in den Orbit geflogen. Nun sind in den USA oder Australien Weltraumbahnhöfe geplant. Abgehobene Tourismuspläne oder realistische Marktlücke?“ Nach der eigenen Stimmabgabe erfährt man, dass 27 Prozent der antwortbereiten Besucher dieser Internetseite meinen, Weltraumtourismus sei Umweltverschmutzung und Geldverschwendung. Dies müsste verboten oder eingeschränkt werden. 54 Prozent von den 268 Personen, die bis dahin abgestimmt haben, denken: Weltalltourismus sei eine Urlaubsvariante für wohlhabende Abenteurer und nicht bezahlbar für Otto Normalverbraucher. Schließlich entschieden sich 19 Prozent der Beteiligten (unter anderem auch der Autor) für die Vorgabe, „Eine Reise ins Weltall ist traumhaft und ergibt außerdem neue Möglichkeiten für die Tourismusbranche.“¹

Etwas weniger Menschen haben auch beruflich – und das soll an dieser Stelle heißen: ernsthafter – mit Ergebnissen aus empirischen Studien zu tun. Insbesondere für den zuletzt genannten Personenkreis ist es wichtig, genau zu wissen, wie solche Daten zustande gekommen sind und was sie auszusagen vermögen. An vier zunächst scheinbar trivialen Beispielen soll gezeigt werden, womit ein Datenkonsument zu rechnen hat.

2.1.1 Erstes Beispiel: Die Bewertung der CDU

Im Rahmen des ersten Beispiels wird in einer Studie einer Reihe von Personen eine Frage nach der Bewertung der CDU gestellt. Der Fragetext lautet: „Alles in allem, was halten Sie ganz allgemein von der CDU? Bitte antworten Sie anhand dieser Skala.“ Die Skala besteht aus einer elfstufigen Leiter, deren unteres Ende mit „überhaupt nichts“ und deren oberes Ende mit „sehr viel“ beschriftet ist. In dem methodischen Experiment (vergleiche Schwarz/Bless 1992, Porst 2000) wurde exakt diese Frage drei verschiedenen Testgruppen (A, B und C) gestellt. Die Ergebnisse unterschieden sich – trotz identischer Frageformulierung – jedoch beträchtlich, wie dies Tabelle 2.1 zeigt.

1 <http://www.zeit.de/> zuletzt besucht am 22.06.04, aktueller Stand um 20.04 Uhr.

Tabelle 2.1: Ergebnisse des ersten Methodentests, Mittelwerte auf einer elfstufigen Skale

Version	A	B	C
Mittelwert	3.4	5.2	6.5

Zunächst ist es naheliegend, die Ursache dieser recht unterschiedlichen Befunde auf die jeweils befragten Personen zurückzuführen. So mag sich Gruppe A vor allem aus Ablehnern und Gruppe C vor allem aus Anhängern der CDU zusammensetzen. Diese Vermutung ist jedoch nicht richtig. Auch können zahlreiche weitere Annahmen ausgeschlossen werden, beispielsweise, dass die Interviewer ein bestimmtes Interesse an den Ergebnissen der Untersuchung hatten und deshalb bewusst suggestiv auf die Befragten einwirkten oder dass die Umfragen zu unterschiedlichen Zeitpunkten stattfanden. Die richtige Erklärung für die unterschiedlichen Befunde erschließt sich aus Tabelle 2.2. Danach wurde in den Versionen A, B und C lediglich leicht die Reihenfolge der Fragen verändert.

Tabelle 2.2: Frage, die im Fragebogen jeweils vor der Frage nach der Bewertung der CDU gestellt worden war

Version	A	B	C
Fragetext der Vorfrage	Wissen Sie zufällig, welches Amt Richard von Weizsäcker ausübt, das ihn außerhalb des Parteigeschehens stellt?	Ohne Vorfrage	Wissen Sie zufällig, welcher Partei Richard von Weizsäcker seit mehr als 20 Jahren angehört?

Weiter unten (vergleiche Abschnitt 6.1.2) wird noch zu untersuchen sein, wie sich ein solches Phänomen erklären lässt beziehungsweise wie es zustande gekommen ist. Hier ist zunächst festzuhalten, dass die drei in diesem Test berichteten Sympathiewerte gegenüber der CDU kaum etwas über die dieser Partei entgegengebrachte Zuneigung aussagen. Vielmehr hat sich gezeigt, dass solche Daten nicht ohne weiteres interpretiert werden können. Eine Voraussetzung, um Umfrageergebnisse verstehen zu können, ist damit also das Studium der bei dieser Erhebung eingesetzten Methodik. So gibt es für jeden Datenkonsumenten gute Gründe, sich nicht nur die ihm berichteten Zahlen anzuschauen, sondern sich beispielsweise auch nach der Fragereihenfolge zu erkundigen, wenn er von den Sympathiewerten einer Partei oder eines Politikers liest oder hört.

2.1.2 Zweites Beispiel: Die Fernsehdauer

Im zweiten Beispiel (vergleiche Schwarz et al. 1985) wird in einer Erhebung nach der Dauer des Fernsehkonsums gefragt. Der Text der Frage lautete: „Wie viele Stunden sehen Sie an einem normalen Werktag fern? Bitte benutzen Sie für Ihre Antwort das folgende Schema.“ Auch bei diesem methodischen Test kamen wieder zwei Varianten (A und B) zum

Einsatz. Tabelle 2.3 zeigt die beiden verschiedenen, jeweils den Zielpersonen vorgelegten Antwortschemata und die dabei ermittelten empirischen Befunde.

Tabelle 2.3 Für die Beantwortung der Frage nach dem Fernsehkonsum vorgesehene Antwortvorgaben und dabei gefundene Verteilungen (in Prozent)

Variante A		Variante B	
bis 1/2 Stunde	7.4		
1/2 bis 1 Stunde	17.7		
1 bis 1 1/2 Stunden	26.5		
1 1/2 bis 2 Stunden	14.7		
2 bis 2 1/2 Stunden	17.7	bis 2 1/2 Stunden	62.5
mehr als 2 1/2 Stunden	16.2	2 1/2 bis 3 Stunden	23.4
		3 bis 3 1/2 Stunden	7.8
		3 1/2 bis 4 Stunden	4.7
		4 bis 4 1/2 Stunden	1.6
		mehr als 4 1/2 Stunden	0.0
N = 65		N = 68	

Vergleicht man nun die auf diese Weise gefundenen Ergebnisse, so stellt man ein weiteres Mal fest, dass sie sich – abhängig von der eingesetzten Methode – stark voneinander unterscheiden. So sehen in der Version A 16.2 Prozent der Befragten mehr als 2 1/2 Stunden fern, in der Version B sind es dagegen 37.5 Prozent. Bei diesem Beispiel können ebenfalls wieder Effekte, die sich beispielsweise aus einer unterschiedlichen Zusammensetzung der Untersuchungspopulation ergeben, ausgeschlossen werden.

Auch hier soll zunächst darauf verzichtet werden, zu fragen, aufgrund welcher Mechanismen in der einen Gruppe mehr als doppelt so viele Langzeitfernsehzuschauer ermittelt worden sind wie in der anderen. An dieser Stelle ist zu konstatieren, dass man nicht nur – wie im ersten Beispiel – nach der Reihenfolge fragen sollte, in der die Fragen gestellt wurden, sondern auch nach den genauen Antwortvorgaben, welche man den Befragten präsentiert hat, um die Ergebnisse einer Umfrage interpretieren zu können. So hat also der berichtete Fernsehkonsum nicht nur etwas mit der vor dem Fernsehgerät verbrachten Zeitdauer zu tun, sondern resultiert auch daraus, wie man bei einer entsprechenden Frage die Antwortvorgaben gestaltet.

2.1.3 Drittes Beispiel: Die Leitern

Im dritten Beispiel spielen die den befragten Personen vorgelegten Antwortskalen wiederum eine wichtige Rolle. Bei diesem Experiment (vergleiche Institut für Demoskopie Allensbach, IfD-Studie 5.007 vom Juli 1988, zitiert nach Petersen 2002:205) lautete die Fragestellung: „Wie erfolgreich waren Sie bisher in Ihrem Leben? Sagen Sie es bitte nach dieser Leiter hier!“ Es sind den Zielpersonen auf einem Vorlageblatt zwei unterschiedliche Leitern präsentiert worden. Die eine Hälfte der Befragten erhielt Version A (n = 480) und