



Online, offline oder beides? Umfragemethoden im Praxistest

Sabine Pokorny, Dominik Hirndorf

- › Die drei Erhebungsmethoden im Telefon-, Online- und Mixed-Mode-Verfahren unterscheiden sich aufgrund der Stichprobenziehung in ihrer Qualität. Während Telefon-Verfahren auf reine Zufallsstichproben setzen, werden in Online-Erhebungen mit Nicht-Zufallsstichproben nur Personen erreicht, die eine gesteigerte Bereitschaft zur Teilnahme aufweisen.
- › Die Ergebnisse von Nicht-Zufallsstichproben schwanken ungewöhnlich stark und liefern daher unzuverlässige Ergebnisse.
- › Gewichtungen sind kein Garant für Repräsentativität. Sie können fehlende Gruppen („Offliner“/ältere Menschen) nicht ausgleichen. Unbekannte Abweichungen werden durch Gewichtungen nicht korrigiert, sondern ggf. verstärkt.
- › Mixed-Mode-Verfahren können soziodemografische Probleme der Telefon-Methode lösen, bringen jedoch qualitative Mängel durch die nicht-zufallsbasierte Stichprobenziehung im Online-Teil mit sich.

Inhaltsverzeichnis

Immer mehr „repräsentative“ Umfragen – aber welche Methode liefert vertrauenswürdige Ergebnisse?	2
Die Stichproben	3
Ergebnisse aus Mixed-Mode- und Online-Befragungen schwanken stark	4
Gewichtung als Rettung?	6
Fazit und Ausblick	10
Literatur	12
Impressum	13

Immer mehr „repräsentative“ Umfragen – aber welche Methode liefert vertrauenswürdige Ergebnisse?

Beinahe täglich gibt es vermeintlich bevölkerungsrepräsentative Umfragedaten, deren Qualität immer öfter angezweifelt wird. Diese Zweifel hängen auch mit einem sich beschleunigenden Trend zu Online-Umfragen zusammen. Denn der Anteil an reinen Online-Stichproben im Vergleich zu klassischen Formen der Face-to-Face- oder Telefon-Stichproben hat deutlich zugenommen. Auch sogenannte Mixed-Mode-Stichproben aus Online- und Telefon-Daten drängen verstärkt auf den Umfragemarkt.

Die jeweilige Methode kann einen starken Einfluss auf die Qualität und damit auf die Aussagekraft der Ergebnisse ausüben. Ob Umfragedaten tatsächlich die Einstellungen der Bevölkerung widerspiegeln, ist jedoch für politische Akteure von entscheidender Bedeutung. Denn strategische (Neu-)Ausrichtungen werden nicht selten mit Umfrageergebnissen begründet.

Dieses Papier vergleicht mithilfe eines einmaligen Experiments verschiedene Umfragemethoden. Dabei werden zwei reine Online-Stichproben, drei Mixed-Mode-Stichproben und eine reine Telefon-Stichprobe jeweils verschiedener Institute analysiert.

Warum diese drei Methoden?

Online-Umfragen erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Sie sind schnell und kostengünstig, basieren aber meist auf Online-Access-Panels. Diese Panels werden in der Regel nicht über Zufallsstichproben aus der Gesamtbevölkerung rekrutiert. Daher können die Stichproben aus den Online-Access-Panels nicht als bevölkerungsrepräsentativ gelten (Pokorny/Roose 2020; Rat der Deutschen Meinungsforschung 2021: 1; s. auch Urteil des Landesgerichts Hamburg vom 15.09.2023). Dennoch werden sie immer häufiger für relevante Entscheidungen zurate gezogen. Auch Mixed-Mode-Befragungen nehmen zu. Telefon-Befragungen kämpfen mit sinkenden Teilnahmeraten. Zudem fällt es schwer, jüngere Leute für telefonische Befragungen zu erreichen. Daher versuchen einige Anbieter, die Schwächen der Telefon-Befragung durch die Kombination mit einer Online-Stichprobe (=Mixed-Mode) auszugleichen. Der Test dieser Methoden prüft, ob Online-Access-Panels und Mixed-Mode-Befragungen belastbare und wiederholbare Ergebnisse erzielen können.

Die Ergebnisse verstärken die Zweifel an der Qualität von vielen Online-Umfragen. Um bevölkerungsrepräsentative Daten zu erhalten, führt kein Weg an einer Zufallsauswahl der Befragten vorbei.

Die Ergebnisse des Methodenvergleichs verstärken die Zweifel an der nicht-zufallsbasierten Befragtenauswahl vieler Online-Umfragen.

Die Stichproben

Für den Methodenvergleich wurden sechs Umfrageinstitute beauftragt: Ein Institut führte eine reine Telefon-Befragung durch (CATI), drei Institute führten eine sogenannte Mixed-Mode-Befragung durch und zwei Institute eine reine Online-Befragung. Alle Institute verwendeten einen nahezu identischen Fragebogen.¹ Da nicht die Institute, sondern die Methoden verglichen werden, nennen wir keine Institute, sondern nummerieren zur Unterscheidung die Methoden.

Die Telefonbefragung basiert auf einer Zufallsstichprobe und fand im Dual-Frame-Modus statt. 60 Prozent der Interviews führte das Institut über das Festnetz, 40 Prozent über Mobilfunk. Sie ist nach Gewichtung repräsentativ für die deutsche wahlberechtigte Bevölkerung. Die Mixed-Mode-Befragungen bestehen jeweils zur Hälfte aus Telefon- und Online-Interviews. Der Telefonteil wurde wiederum mit Zufallsstichprobe im Dual-Frame-Modus (60/40) durchgeführt. Die Online-Interviews nutzten die jeweiligen Online-Access-Panels der verschiedenen Institute. Aus den Panels wurden bei Mixed-Mode 2 und Mixed-Mode 3 Quotenstichproben gezogen, bei Mixed-Mode 1 eine Zufallsstichprobe. Auch die reinen Online-Befragungen wurden mit Quotenstichproben aus Online-Access-Panels geführt.

Als Grundgesamtheit sollte für alle Methoden die deutsche wahlberechtigte Bevölkerung gelten. Das konnten nicht alle Institute anbieten. Mixed-Mode 2 basiert nur auf der Bevölkerung zwischen 18 und 74 Jahren. Alle Umfragen sollten mit Gewichtung geliefert werden. Auch das konnten nicht alle Institute leisten. Die Ergebnisse der Umfrage Online 2 basieren daher auf ungewichteten Daten. Für alle anderen werden die gewichteten Daten untersucht.²

Tabelle 1: Übersicht über die Umfragemethoden

Umfragemethode	Befragungszeit	Fallzahl	Stichprobe
CATI (Telefon)	12.-26. Juni 2023	1.006	Zufallsstichprobe
Mixed-Mode (Telefon/ Online) 1	13.-24. Juni 2023	1.004	Kombination von Zufallsstichprobe per Telefon und Zufallsstichprobe aus Online-Access-Panel
Mixed-Mode (Telefon/ Online) 2	13.-27. Juni 2023	1.002	Kombination aus Zufallsstichprobe (Telefon) und Quotenstichprobe aus Online-Access-Panel (Online)
Mixed-Mode (Telefon/ Online) 3	12.-22. Juni 2023	1.000	Kombination aus Zufallsstichprobe (Telefon) und Quotenstichprobe aus Online-Access-Panel (Online)
Online 1	12.-16. Juni 2023	1.017	Quotenstichprobe aus Online-Access-Panel
Online 2	9. Juni-4. Juli 2023	1.095	Quotenstichprobe aus Online-Access-Panel

Sechs Institute mit drei Umfragemethoden: einmal Telefon, dreimal Mixed-Mode, zweimal Online

Ergebnisse aus Mixed-Mode- und Online-Befragungen schwanken stark

Das Problem der unterschiedlichen Umfragemethoden liegt nicht im Befragungsmedium. Stattdessen ist die Art der Stichprobenziehung entscheidend. Nur Umfragen, die auf einer Zufallsstichprobe basieren, können bevölkerungsrepräsentativ sein. Nur bevölkerungsrepräsentative Umfragen lassen Schlussfolgerungen auf Einstellungen in der Bevölkerung zu (Pokorny/Roose 2020, Kohler/Post 2023). Daher vergleichen wir die Ergebnisse der anderen Methoden mit der Telefon-Stichprobe. In Abbildung 1 sind die Abweichungen der anderen Methoden im Vergleich zur Telefon-Umfrage dargestellt. Alle Abweichungen über 2 Prozentpunkte (orange Linie) gelten als größer als die zu erwartende Schwankung.

Bei wichtigen politischen Einstellungen weichen die Ergebnisse der Mixed-Mode- und der Online-Stichproben vor allem innerhalb einzelner Wählergruppen von der Telefon-Befragung und auch untereinander ab. Nicht alle Methoden liefern folglich belastbare und wiederholbare Ergebnisse.³

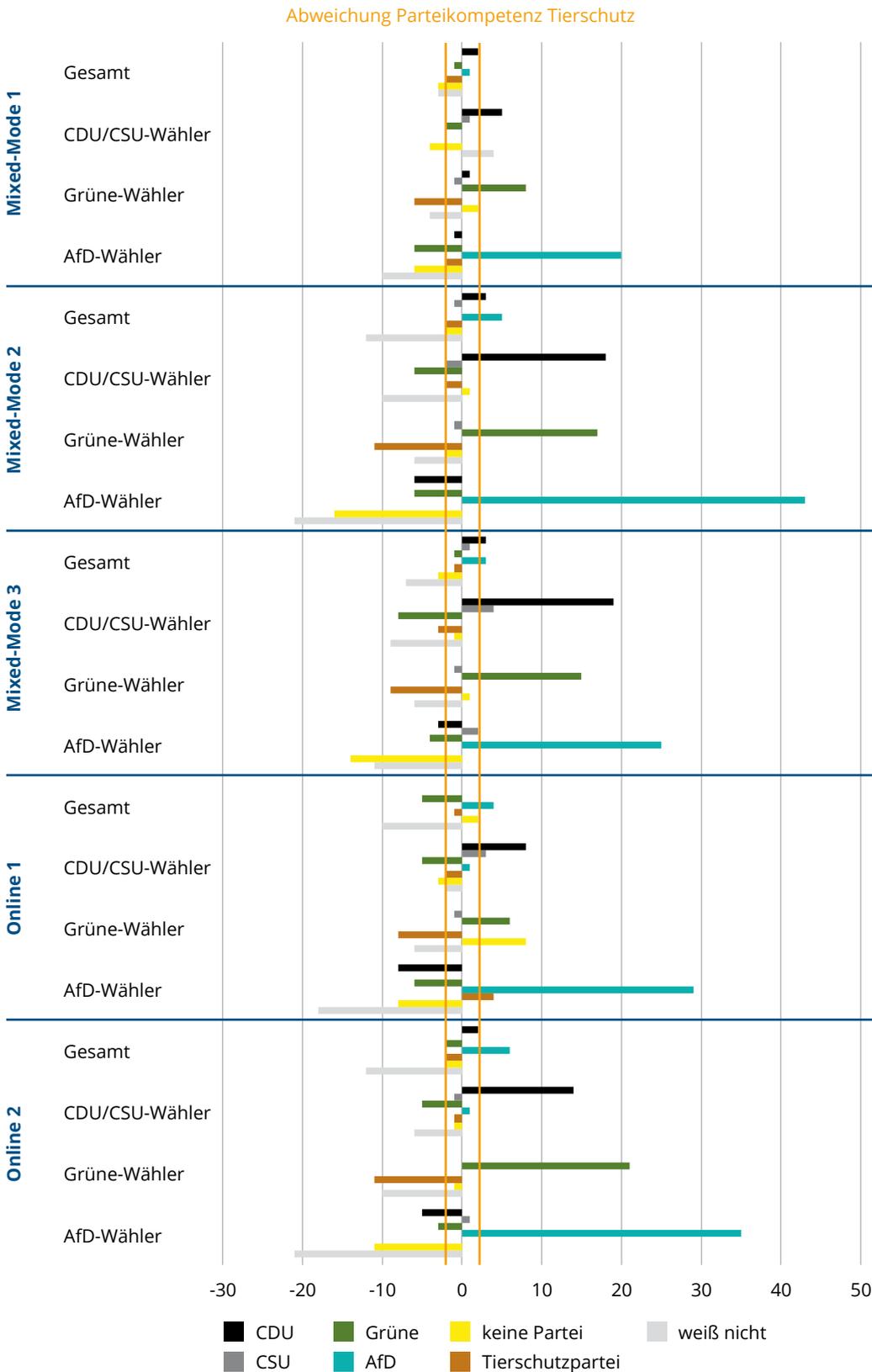
Es wurde auch die Tierschutzkompetenz der Parteien abgefragt, also die Frage gestellt, welche Partei am besten geeignet sei, im Bereich Tierschutz eine Politik im Sinne des Befragten zu machen. Bei der Einschätzung dieser Parteikompetenz durch die Wählerschaften der Union, der Grünen und der AfD weichen die Befunde der Mixed-Mode- und der Online-Befragungen drastisch von den Werten der Telefon-Befragung ab. Zudem schwanken die Abweichungen deutlich innerhalb der gleichen Methode. Solch enorme Schwankungen sind, unabhängig vom Thema, absolut ungewöhnlich und deuten auf nicht belastbare und nicht replizierbare Ergebnisse hin.

In den Wählerschaften von CDU/CSU, AfD und Grünen nennen in den nicht repräsentativen Umfragen jeweils deutlich mehr Befragte die eigene Partei als kompetent als in der Telefon-Umfrage. Gleichzeitig nennen sie seltener die Tierschutzpartei oder keine Partei oder antworten mit „weiß nicht“. Die AfD-Wählerschaft weicht besonders stark ab. Je nach Methode nennen hier zwischen 20 und 43 Prozentpunkte mehr als in der Telefon-Umfrage die AfD als kompetenteste Partei beim Tierschutz. Aber auch bei den Wählerschaften der Union und der Grünen nennen mehr Befragte die eigene Partei: je nach Methode zwischen 5 bis 21 Punkten.

Diese großen Abweichungen belegen, dass sich die Wählerschaften in jeder einzelnen Mixed-Mode- und Online-Befragung unterscheiden. Die einzelnen Wählergruppen sind weder untereinander noch mit der zufallsbasierten Telefon-Stichprobe vergleichbar. Die Ergebnisse können daher nicht als belastbar eingestuft werden.

Abbildung 1: Abweichungen der anderen Methoden von der Telefon-Umfrage bei der Parteikompetenz beim Thema Tierschutz

In den einzelnen Wählergruppen unterscheidet sich die Einschätzung der Parteikompetenz um bis zu 43 Prozentpunkte.



Quelle: Umfragen 1042, 1043, 1044, 1045, 1046 und 1047 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2023.
 Angaben in Prozentpunkten.

Gewichtung als Rettung?

Anbieter von Umfragen mit Online-Panels argumentieren immer wieder, dass die nachträgliche Gewichtung ihrer erhobenen Daten ein Garant für Repräsentativität sei. Denn schließlich könne so sichergestellt werden, dass Merkmale wie Geschlecht, Alter und Bildung in der Stichprobe ähnlich verteilt sind wie in der Gesamtbevölkerung. Die Stichprobe sei demnach ein repräsentatives Abbild der Zielgruppe. Dieses Vorgehen der Gewichtung wird grundsätzlich auch bei den zufallsbasierten Stichproben anderer Umfragemethoden angewendet. Das Problem entsteht allerdings bereits bei der nicht-zufallsbasierten Auswahl der Befragten. Die Stichprobe ist nicht repräsentativ, sondern weist unbekannte Verzerrungen auf, wie die großen Abweichungen belegen.

Für unbekannte inhaltliche Verzerrungen lässt sich nicht gewichten. Wie auch? Der Fehler ist in seiner Größe und Richtung nicht bekannt. Nehmen wir an, eine Stichprobe sammelt besonders viele Menschen mit populistischen Einstellungen ein, die ihrem Ärger in einer Umfrage zum Thema Politik Luft machen wollen. Die Ergebnisse dieser Umfrage dürften eine besondere Schlagseite erhalten. Bekannt ist, dass insbesondere die Anhängerschaften der AfD und der Linken im Internet besonders aktiv und mitteilend sind (Hirndorf 2020 und 2022, Brettschneider 2021). Hier sind gerade online-rekrutierte Access-Panels ein Problem, da sich dort Menschen auf eigenen Wunsch registrieren können, um vermehrt an Umfragen teilzunehmen. Das führt dazu, dass sich die Internetnutzerinnen und -nutzer in Online-Panels von denen in Telefon-Umfragen unterscheiden (siehe Abbildung 2). Das gilt vor allem für das politische Verhalten im Internet. In unseren Umfragen lesen die Befragten der Mixed-Mode- und der Online-Umfragen seltener als rein telefonisch Befragte politische Inhalte im Internet. Bei der Wählerschaft der AfD ist das besonders ausgeprägt. Gleichzeitig verbreiten und schreiben die Befragten der Mixed-Mode- und Online-Umfragen aktiver politische Inhalte als die Befragten der Telefon-Umfrage. Die Gewichtung nach Geschlecht, Alter und Bildung kann diese Schlagseite nicht ausgleichen, sondern durch die stärkere Gewichtung einzelner Befragter sogar noch vergrößern. Selbst eine Gewichtung nach der Sonntagsfrage ist keine Rettung. Denn auch innerhalb der Parteianhängerschaften kommt es zu Verzerrungen. So unterscheidet sich die online-affine, umfragebereite AfD-Anhängerschaft von den zufällig ausgewählten AfD-Anhängerinnen und -Anhängern (vgl. Abbildungen 1 und 2). Auch bei anderen Parteianhängerschaften sind ähnliche Differenzen sichtbar. Diese Verzerrungen der Stichprobe können nicht durch Gewichtung ausgeglichen werden (Schnell 2019: 302).

Eine Gewichtung
kann inhaltlich ver-
zerrte Daten nicht
korrigieren.

Abbildung 2: Abweichungen der anderen Methoden von der Telefon-Umfrage bei der Art der Internetnutzung



Quelle: Umfragen 1042, 1043, 1044, 1045, 1046 und 1047 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2023. Angaben in Prozentpunkten. Anmerkung: In Umfrage 1043 (Mixed-Mode 1) war der Fragebogen etwas kürzer und die Art der Internetnutzung war nicht enthalten.

Probleme bei Älteren und „Offlinern“

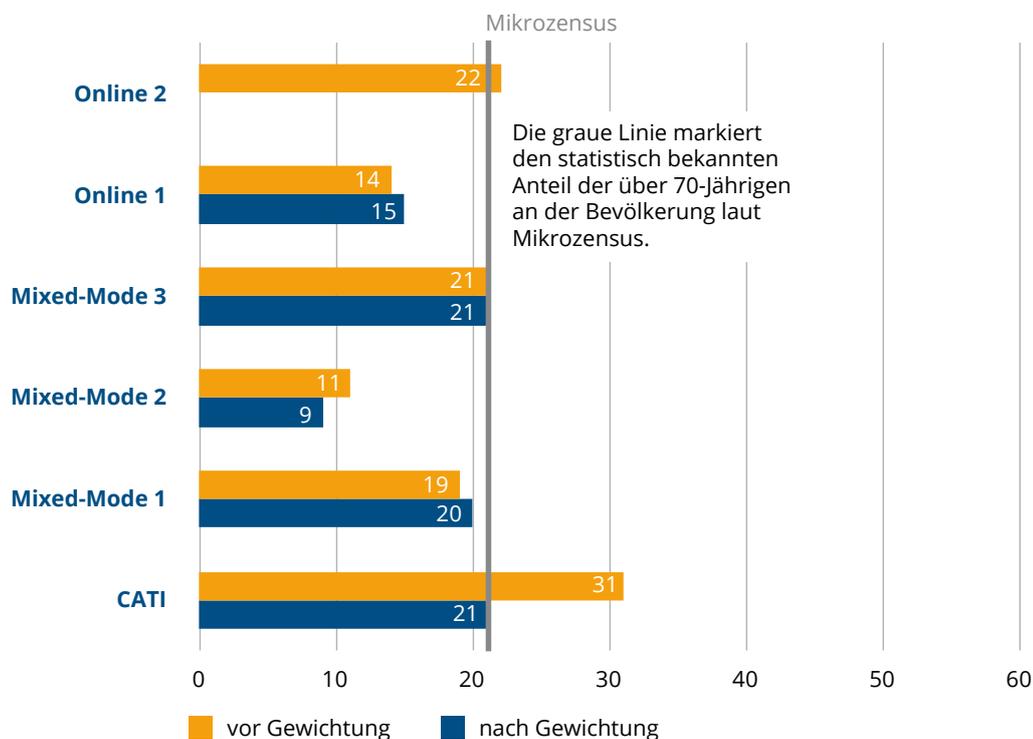
Auch abseits dieser Problematik ist die Gewichtung von Umfragedaten komplex und fehleranfällig. Ziel der Institute ist für bevölkerungsrepräsentative Daten eine Gewichtung nach dem Mikrozensus, also den bekannten Verteilungen von Alter, Bildung und Geschlecht in der Bevölkerung.

Die unterschiedlichen Erhebungsmethoden stoßen dabei auf unterschiedliche Probleme. Reine Telefon-Umfragen erreichen überdurchschnittlich viele ältere Menschen, tun sich dagegen bei den jüngsten Altersgruppen schwer. Reine Online-Umfragen können dagegen die ältesten Altersgruppen häufig nicht ausreichend abdecken. Entsprechend verweisen einige Anbieter darauf – so auch in unserer Mixed-Mode 2-Stichprobe –, dass die Daten repräsentativ für die Bevölkerung zwischen 18 und 74 Jahren seien. Aufgrund der deutschen Bevölkerungsstruktur ist jedoch gerade die Altersgruppe der über 70-Jährigen von großer Bedeutung. Ihr Anteil macht laut aktuellem Mikrozensus 21 Prozent der Gesamtbevölkerung aus.

In Abbildung 3 ist zu erkennen, dass es den Stichproben Online 1 und Mixed-Mode 2 in der Erhebung nicht gelingt, diese 21 Prozent annähernd zu erreichen (orange Balken). Diese Abweichung kann bzw. wird in der Folge auch nicht durch eine nachträgliche Gewichtung ausgeglichen (blaue Balken).⁴ Die Stichproben Online 1 und Mixed-Mode 2 weichen somit um 6 bzw. 12 Punkte von der bevölkerungstypischen Verteilung der über 70-Jährigen ab. Die Auswirkungen sind problematisch, denn Ergebnisse können von Alterseffekten beeinflusst sein. Deutliche Alterseffekte gibt es beispielsweise beim Wahlverhalten (Hirndorf 2021) – einem entscheidenden Interesse von politischen Umfragen.⁵ Die Aussagekraft altersverzerrter oder schlecht gewichteter Stichproben für die Gesamtbevölkerung ist stark begrenzt.

Eine Gewichtung ist komplex und fehleranfällig. Sie ist kein Garant für Repräsentativität.

Abbildung 3: Anteil der über 70-Jährigen in den Stichproben vor und nach der Gewichtung verglichen mit dem Mikrozensus



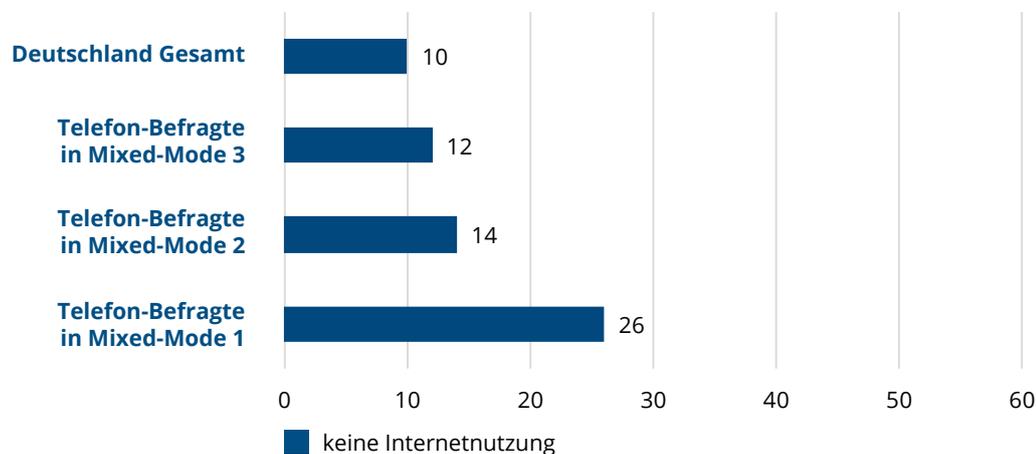
Quelle: Umfragen 1042, 1043, 1044, 1045, 1046 und 1047 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2023. Angaben in Prozent.

Zudem schließen reine Online-Stichproben nach wie vor einen Teil der Gesellschaft aus: Menschen, die das Internet nicht nutzen. Zwar ging die Zahl der Nichtnutzerinnen und Nichtnutzer in den letzten Jahren zurück, dennoch sind etwa 10 Prozent der Wahlberechtigten online nicht zu erreichen (s. Abbildung 4). Vor allem unter älteren Personen ab 70 Jahren ist der Anteil erhöht. Daher fällt es Online-Stichproben schwer, in dieser Zielgruppe Befragte zu gewinnen. Dieser Umstand wäre verschmerzbar, wenn man die älteren Befragten in Online-Stichproben einfach stärker gewichten könnte. Doch genau darin liegt das Problem: Die 70-jährigen Smartphone-Besitzerinnen und -Besitzer, die online zu Umfragen bereit sind, unterscheiden sich systematisch von 70-Jährigen, die das Internet nie nutzen. Sie unterscheiden sich nicht nur in ihrer Lebenswelt, sondern eben auch in ihren Meinungen und Einstellungen – dem Kerninteresse von Umfragen. Die Einstellungen der letztgenannten Gruppe fehlen in den Stichproben und können nicht nachträglich „hineingewichtet“ werden. Oder wie der Sozialwissenschaftler Rainer Schnell es diesbezüglich ausdrückt: „Hundert Betrunkene machen keinen Nüchternen.“ (Die Zeit 2023). Demnach liefern reine Online-Stichproben grundsätzlich kein repräsentatives Abbild der Bevölkerung. Denn ein nicht kleiner Teil ist von dieser Stichprobenziehung systematisch ausgeschlossen.

In reinen Online-Stichproben sind „Offliner“ nicht vertreten. Keine Gewichtung kann diese Verzerrung korrigieren.

Telefon-Befragungen können dagegen aufgrund der Nutzung von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen per Zufallsverfahren fast jede Person erreichen. In den drei Mixed-Mode-Stichproben wurde bei den Befragten über Telefon erhoben, ob sie generell das Internet nutzen. Zwischen 12 (Mixed-Mode 3) und 26 Prozent (Mixed-Mode 1) nutzen das Internet nie. Unter ihnen befinden sich viele Ältere. Somit bestätigt sich, dass ein erheblicher Teil der Bevölkerung nur über Nicht-Online-Stichproben erreichbar ist.

Abbildung 4: Anteil von Personen, die das Internet nicht nutzen



Quelle: Umfragen 1042, 1043, 1044, 1045, 1046 und 1047 der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2023.
Angaben in Prozentpunkten.

Ist Mixed-Mode die Methode der Zukunft?

Es drängt sich die Frage auf, ob die Mixed-Mode-Methode gegenseitige Schwächen der Online- und Telefon-Verfahren ausgleichen kann. Denn hier kann die bessere Quote bei Älteren aus dem Telefon-Teil mit der besseren Erreichbarkeit junger Menschen im Internet-Teil kombiniert werden. Mit Blick auf die soziodemografischen Merkmale wie Alter, Geschlecht und Bildung scheint dies, zumindest in den Mixed-Mode 1- und Mixed-Mode 3-Stichproben, zu gelingen. Dadurch sind Kosteneinsparungen möglich und geringere Ausgleichsgewichte nötig.

Problematisch sind jedoch auch bei der Mixed-Mode-Methode generell die großen inhaltlichen Abweichungen. Der Verdacht liegt nahe, dass diese Abweichungen durch die fehlende Zufallsauswahl im Online-Teil entstehen. Wie zu Beginn gezeigt, schlägt die Varianz im Vergleich zur reinen Telefon-Zufallsstichprobe in verschiedene Richtungen aus. Diese starken Schwankungen innerhalb der Methode deuten auf unzuverlässige Ergebnisse hin. Denn die Ergebnisse sollten sich je nach Stichprobe nur geringfügig verändern, sofern die Qualität der Stichproben hoch ist. Angesichts der großen Spannweite der Ergebnisse der verschiedenen Mixed-Mode-Stichproben muss die Qualität dieser Daten im Vergleich zu reinen Zufallsstichproben erheblich angezweifelt werden.

Mixed-Mode-Verfahren können soziodemografische Probleme der Telefon-Methode lösen, bringen jedoch qualitative Mängel durch die nicht-zufallsbasierte Stichprobenziehung im Online-Teil mit sich.

Fazit und Ausblick

Online-Befragungen, die auf Nicht-Zufallsstichproben basieren, können zufallsbasierte Umfragen wie Telefon-Befragungen nicht ersetzen. Auch Mixed-Mode-Befragungen beziehen meist Online-Access-Panels ein, die nicht auf Zufallsstichproben aus der Bevölkerung beruhen. Das vorliegende Experiment zeigt deutliche Abweichungen zwischen der reinen Zufallsstichprobe und den anderen Methoden sowie auch unter den Mixed-Mode- und Online-Befragungen. Da alle Umfragen zu einem fast identischen Zeitpunkt durchgeführt wurden, sollten die Abweichungen innerhalb der erwartbaren Fehlertoleranz liegen, wenn die Ergebnisse bevölkerungsrepräsentativ wären. Das ist jedoch nicht ansatzweise der Fall. Zum Teil weichen die Befunde um bis zu 43 Prozentpunkte von der Telefon-Befragung ab. Aber auch untereinander gibt es Abweichungen von bis zu 20 Punkten.

Häufig argumentieren Anbieter von Online-Umfragen, sie würden die Daten so gewichten, dass sie repräsentativ seien. Unsere Analysen basieren jeweils auf den gewichteten Daten, sofern vorhanden (Ausnahme Online 2). Die Gewichtung hat die Abweichungen offenbar nicht verhindert. Das war auch nicht zu erwarten. Erstens können Gruppen, die nicht an einer Umfrage teilnehmen, nicht „hineingewichtet“ werden. Wenn keine Person über 75 Jahren befragt wurde wie bei Mixed-Mode 2, kann diese Gruppe auch nicht durch Gewichtung erzeugt werden. Gleiches gilt für die sogenannten Offliner, die das Internet nicht nutzen. Sie fehlen in den meisten Online-Access-Panels.

Dafür könnte eine Mixed-Mode-Befragung, die beide Ansätze kombiniert, die Lösung sein. Doch auch hier führt der nicht repräsentative Online-Teil offenbar zu Verzerrungen in der Gesamtstichprobe. Zudem gibt es aus anderen Studien Hinweise, dass die Kombination von Daten aus verschiedenen Erhebungsmethoden problematisch ist (Einarsson et al. 2022). Daher ist eine reine Zufallsauswahl der einzige Weg zu einer bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe. Zum jetzigen Zeitpunkt kann das vor allem mit Telefon- oder Face-to-Face-Befragungen realisiert werden.

Zukünftig kann sich das durchaus ändern. Das setzt voraus, dass die gesamte Bevölkerung das Internet nutzt. Zusätzlich muss das genutzte Online-Access-Panel offline über eine Zufallsauswahl aus der Gesamtbevölkerung rekrutiert werden. Eine Selbstrekrutierung der Befragten muss ausgeschlossen sein. Solche Ansätze gibt es bereits vereinzelt. Die hohe Anzahl der Offliner bei den Älteren führt aber bisher auch bei solchen Panels zu Verzerrungen. Vermutlich ist es eine Frage der Zeit, bis auch bevölkerungsrepräsentative Mixed-Mode- und Online-Befragungen möglich sind. Dann können solche Umfragen auch als Basis für politische Entscheidungen dienen. Noch ist das aber „Zukunftsmusik“.

-
- 1 Inhaltlich wurde das Thema Tierschutz gewählt, zu dem es wenig Umfragen gibt.
 - 2 Als Feldzeit wurde der Zeitraum vom 12.-25.06.2023 vorgegeben, 1.000 Personen sollten jeweils befragt werden. Mit einer Abweichung von ein bis zwei Tagen hielten sich fast alle Institute an die Vorgabe. Nur eines der Online-Institute kam nach einer Hauptfeldzeit vom 09.-17.06.2023 nur auf 984 Interviews und führte am 04.07.2023 weitere Interviews durch, um die geforderten 1.000 Fälle zu erreichen.
 - 3 Würde es sich bei den Unterschieden um reine Mode-Effekte handeln, die durch die unterschiedlichen Befragungsmethoden (und nicht durch die unterschiedliche Stichprobenziehung) hervorgerufen wurden, müssten sich die Ergebnisse innerhalb der Methoden stärker ähneln. Da jedoch auch zwischen den Methoden deutliche Unterschiede bestehen, kann nicht von einem Mode-Effekt ausgegangen werden.
 - 4 In der reinen Telefon-Stichprobe wird die deutliche Überrepräsentation der über 70-jährigen (31 Prozent) dagegen durch eine (starke) Gewichtung ausgeglichen, sodass die gewichtete Stichprobe den Merkmalen des Mikrozensus bis auf die zweite Nachkommastelle entspricht.
 - 5 Dagegen fallen die Alterseffekte bei anderen politischen Einstellungen häufig gering aus (Roose 2023).

Literatur

- B** Brettschneider, Frank, 2021: Bundestagswahl 2021: Wahlkampf, Stimmungen, Meinungen. Eine gemeinsame Panel-Studie von forsa und der Universität Hohenheim. Panel-Welle 1. Online unter: https://www.uni-hohenheim.de/fileadmin/user_upload/Bundestagswahl_2021_Welle_1.pdf (zuletzt abgerufen am 30.11.2023).
- D** Die Zeit, 2023: Wie man sich eine Studie backt. Interview mit Prof. Dr. Rainer Schnell vom 10.08.2023, Nr. 34, S. 32.
- E** Einarsson, Hafsteinn/Sakshaug, Joseph W./Cernat, Alexandru/Cornesse, Carina/Blom, Annelies G., 2022: Measurement equivalence in probability and nonprobability online panels. In: *International Journal of Market Research Vol. 64(4)*, S. 484–505.
- H** Hirndorf, Dominik, 2020: Let's talk about politics! Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage zur politischen Kommunikation im persönlichen Umfeld. Forum Empirische Sozialforschung. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Online unter: <https://www.kas.de/de/einzeltitel/-/content/let-s-talk-about-politics> (zuletzt abgerufen am 28.09.2023).
- Hirndorf, Dominik, 2021: Wahlbeteiligung und Wahlverhalten nach Alter und Geschlecht in Deutschland. Forum Empirische Sozialforschung. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Online unter: <https://www.kas.de/de/einzeltitel/-/content/wahlbeteiligung-und-wahlverhalten-nach-alter-und-geschlecht-in-deutschland> (zuletzt abgerufen am 31.10.2023).
- Hirndorf, Dominik, 2022: „Wir müssen reden!“ – Politische Diskussionen im Wahlkampf. Forum Empirische Sozialforschung. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Online unter: <https://www.kas.de/de/einzeltitel/-/content/wir-muessen-reden-politische-diskussionen-im-wahlkampf> (zuletzt abgerufen am 28.09.2023).
- K** Kohler, Ulrich/Post, Julia C., 2023: Welcher Zweck heiligt die Mittel? Bemerkungen zur Repräsentativitätsdebatte in der Meinungsforschung. In: *Zeitschrift für Soziologie 52(1)*, S. 67–88.
- L** Landgericht Hamburg, 2023: Urteil vom 15. September 2023, Aktenzeichen 416 HKO 45/23.
- P** Pokorny, Sabine/Roose, Jochen, 2020: Die Eignung von Umfragemethoden. Methodische Einschätzung. Informationen und Recherchen. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Online unter: <https://www.kas.de/de/einzeltitel/-/content/die-eignung-von-umfragemethoden-methodische-einschaetzung> (zuletzt abgerufen am 31.10.2023).
- R** Rat der Deutschen Marktforschung e. V., 2021: Richtlinie für Online-Befragungen. Online unter: https://www.rat-marktforschung.de/wp-content/uploads/2021/07/Richtlinie_Online_Befragungen_2021.pdf (zuletzt abgerufen am 30.11.2023).
- Roose, Jochen, 2023: Generation ist weniger als Alter. Monitor. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Online unter: <https://www.kas.de/de/monitor-wahl-und-sozialforschung/detail/-/content/generation-ist-weniger-als-alter> (zuletzt abgerufen am 31.10.2023).
- S** Schnell, Rainer, 2019: Survey-Interviews. Methoden standardisierter Befragungen. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Impressum

Die Autorin und der Autor

Dr. Sabine Pokorny studierte Soziologie, Englische und Italienische Philologie an den Universitäten Köln und Florenz. Anschließend war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin im Arbeitsbereich Methoden der Empirischen Sozialforschung der Freien Universität Berlin. Im September 2011 wechselte sie als Koordinatorin für Empirische Sozialforschung in die Hauptabteilung Politik und Beratung der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Seit Januar 2020 arbeitet sie als Referentin für Wahl- und Sozialforschung in der Hauptabteilung Analyse und Beratung der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Dominik Hirndorf (M.A., M.Sc.) studierte Staats-, Politik- und Verwaltungswissenschaften an den Universitäten Passau, Konstanz und Göteborg. Anschließend war er am *Varieties of Democracy (V-Dem) Institute* an der Universität Göteborg tätig. Seit Juni 2020 ist er Referent für Wahl- und Sozialforschung in der Hauptabteilung Analyse und Beratung der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., Berlin.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Dr. Sabine Pokorny | Dominik Hirndorf

Wahl- und Sozialforschung

Analyse und Beratung

T +49 30 / 26 996-3544 | -3858

sabine.pokorny@kas.de | dominik.hirndorf@kas.de

Postanschrift: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 10907 Berlin

Diese Veröffentlichung der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. dient ausschließlich der Information. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbenden oder -helfenden zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament.

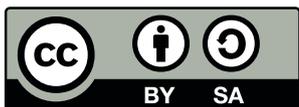
Herausgeberin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., 2024, Berlin

Gestaltung: yellow too, Pasiek Horntrich GbR

Satz: Janine Höhle, Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Hergestellt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland.

ISBN 978-3-98574-207-3



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>).

Bildvermerk Titelseite

© Collage: Stafeeva, stock.adobe.com (people); KAS