

Umfragemethoden (1)

Wie können wir Individuen nach ihrer Meinung, ihren Werthaltungen und Einstellungen fragen? Grundsätzlich können wir zwei Herangehensweisen und vier Methoden unterscheiden.

[KLICK] Bei einer qualitativen Befragung versuchen wir in einem Gespräch mit nur wenigen Befragten Hintergründe und Zusammenhänge zu erfahren. Häufig werden hier nur so genannte Leitfaden verwendet, also keine vorgefassten Fragen gestellt, sondern für das Forschungsinteresse wichtige Themen abgefragt.

In der politischen Soziologie wird wesentlich häufiger mit quantitativen Befragungen gearbeitet. Hier werden standardisierte Fragebogen erstellt, mit denen soziodemographische Angaben, aber eben vor allem auch Meinungen, Einstellungen und Werthaltungen von möglichst vielen Befragten erfasst werden.

Die vier Methoden [KLICK] Face-to-Face, [KLICK] Papier-Bleistift, [KLICK], Telefon-Interview und [KLICK] Online-Befragung haben verschiedene Vor- und Nachteile.

[KLICK] In Face-to-Face-Interviews werden die Befragten persönlich aufgesucht und befragt. Vorteil von solchen persönlichen Befragungen ist die Flexibilität, die Interviewerinnen und Interviewer haben: Wenn Befragte zum Beispiel eine Frage nicht verstehen, kann noch einmal gefragt oder erklärt werden. Damit können auch sehr komplizierte Themen abgefragt werden. Damit sind aber Nachteile verknüpft. Sind die Antworten noch vergleichbar, wenn einzelnen Befragten die Fragen ausführlicher erklärt werden als anderen? Und geben Befragte jemandem der persönlich anwesend ist stets wahrheitsgemäss Antwort? Wir sprechen hier von sozialer Erwünschtheit, wenn jemand eine Antwort gibt, bei der sie oder er das Gefühl hat, sie sei von der Gesellschaft eher akzeptiert. Beispielsweise gibt jemand an, an einer Abstimmung teilgenommen zu haben, obwohl dies nicht der Wahrheit entspricht. Dieser Druck, sozial erwünschte Antworten zu geben, ist in persönlichen Situationen grösser. Ein weiterer Nachteil von Face-to-Face-Befragungen sind die hohen Kosten, wenn viele Interviews durchgeführt werden müssen. Diese Umfragemethode wird deshalb in der Regel nur für qualitative Befragungen angewendet.

[KLICK] Bei Papier-Bleistift-Befragungen füllen die Befragten einen vorgedruckten Fragebogen aus. Die Nachteile von Face-to-Face sind hier geringer. Die Antworten sind vergleichbarer und die Befragung ist billiger, als wenn Interviewer rekrutiert werden müssen. Allerdings müssen Fragebögen verschickt werden, was mitunter teuer werden kann und in der Regel sind die Befragten wenig erpicht, den Fragebogen auch wieder zurückzusenden; der Rücklauf ist also eher gering. Zudem müssen die Antworten in den Computer eingegeben werden.

[KLICK] Bis vor ein paar Jahren waren Telefon-Interviews Standard in der sozialwissenschaftlichen Umfrageforschung. Der telefonische Kontakt und die Erfassung der Antworten per Computer durch die Interviewerin oder den Interviewer – die Abkürzung CATI steht für computer assisted telephone interview – sind relativ einfach und billig. Es gibt per Telefon auch weniger so genannte Interviewer:inneneffekte als bei Face-to-Face-Interviews – also eben beispielsweise das Phänomen der sozialen Erwünschtheit. Ein Nachteil von telefonischen Befragungen ist, dass die Befragung nicht beliebig lange dauern darf, weil sonst die Befragten mit der Zeit verärgert werden und das Interview abbrechen. Hauptproblem heute und Grund dafür, dass immer seltener CATI angewendet

uns, wenn wir nicht wissen, wie bestimmte Merkmale oder Werteinstellungen oder Zusammenhänge zwischen Merkmalen und Werteinstellungen in der Grundgesamtheit verteilt sind. Mit der Logik der Wahrscheinlichkeitsrechnung können wir angeben, mit welcher Wahrscheinlichkeit der wahre Wert beim Wert der Zufallsstichprobe liegt. Ich möchte das hier nicht vertiefen, weil das Sache der Statistik ist. Zentral für eine qualitative gute Umfrage ist aber, dass die Befragten *zufällig* aus einer Grundgesamtheit gezogen werden, wenn wir Allgemeinaussagen machen möchten.

Neben der Quotenstichprobe und der Zufallsstichprobe gibt es noch die [KLICK] Willkür Auswahl, die – so schon der Name – ebenfalls nicht auf dem Prinzip des Zufalls beruht. Wirklich repräsentativ im Sinne der Verallgemeinerbarkeit ist einzig die Zufallsstichprobe, was ich in der Folge mit der Beschreibung der Verfahren aufzeigen möchte.

Vorauszuschicken gilt es, dass [KLICK] im Gegensatz zur landläufigen Meinung für die Qualität einer Umfrage nicht so wichtig ist, wie viele Personen in der Stichprobe sind, sondern wie zufällig die Stichprobe gezogen wird.

Schauen wir uns die verschiedenen Verfahren an.

[KLICK] Die ideale Zufallsauswahl – wir werden gleich diskutieren, dass diese kaum zu erreichen ist – löst die zu befragenden Individuen aus der Grundgesamtheit zufällig aus. Befragt werden müssen dann genau diese ausgelosten Individuen.

Bei der [KLICK] Quote werden so lange Individuen befragt, die vorgegebene Kriterien entsprechen, bis die Gruppe in der Stichprobe anteilmässig der Grundgesamtheit entspricht. Nehmen wir an, wir führen Telefoninterviews durch. Nimmt eine junge Frau mit hohem Bildungsabschluss ab und wir haben bereits genügend Befragte in der Gruppe von jungen Frauen mit hohem Bildungsabschluss, so führen wir das Interview nicht durch und versuchen es mit einem neuen Anruf bei einer anderen Person.

[KLICK] Bei der Willkür Auswahl werden wahllos Fälle ohne Kriterien in die Stichprobe aufgenommen. Wenn also zum Beispiel auf einer Internetseite ein Aufruf zur Teilnahme an einer Umfrage gemacht wird rekrutieren sich die Befragten selber.

Natürlich sind hier auch [KLICK] Mischformen möglich. Die meisten Befragungsinstitute kennen so genannte «Panels». In diesen Panels befinden sich Individuen, die entweder in einem Zufallsverfahren (oder nach bestimmten Kriterien) angefragt wurden, ob sie bereit sind, an verschiedensten Umfragen in der Regel gegen ein kleines Entgelt teilzunehmen. Hier ist die Grenze zwischen Zufall und Willkür nicht immer ganz klar.

Inhalt

Sie können sich wahrscheinlich schon denken, dass das Auswahlverfahren mit unserem nächsten Thema eng verbunden ist, den [KLICK und rot] Problemen von Umfragen. Natürlich gibt es hier eine Reihe von weiteren Problemen, die nicht konsequente Anwendbarkeit des Zufallsverfahrens ist aber mit Abstand das grösste Problem.

Denk Mal!

Können Sie sich bereits denken, weshalb das Zufallsverfahren nicht oder nur sehr bedingt angewendet werden kann?

Probleme von Umfragen (1)

Wahrscheinlich sind sie einem Problem von Umfragen bereits auf die Spur gekommen. Die Bedingung des reinen Zufallsauswahlverfahrens, dass ausschliesslich die ausgelosten Personen antworten müssen, lässt sich nicht realisieren. Was folgt, sind so genannte Stichprobenverzerrungen.

Diese können unterschiedliche Gründe haben. Der erste ist die [KLICK] Erreichbarkeit. Zufallsauswahl bedeutet ja eigentlich, dass jedes Individuum aus der Grundgesamtheit die exakt gleiche Chance haben muss, in die Stichprobe ausgelost zu werden. Das bedeutet aber, dass wir eine Liste dieser Grundgesamtheit haben müssen. Erst seit ein paar Jahren gibt es in der Schweiz eine Liste aller Stimmberechtigten. Diese haben aber nicht alle oder nicht mehr alle einen verzeichneten Telefonanschluss. Die Chance, in die Stichprobe zu kommen ist also etwas bei Telefonbefragungen gleich 0, wenn man keinen Telefonanschluss hat. Und die Wahrscheinlichkeit, dass alle ausgelosten Personen einen schriftlichen Fragebogen ausfüllen, ist wohl auch nicht sehr gross, Kommt dazu, dass aus Datenschutzgründen vielleicht gar nicht alle Adressen aller Individuen aus der Grundgesamtheit verfügbar sind. Auch die zufällige Telefonnummerauswahl, bei der eine Maschine wahllos Festnetz und Mobiltelefonnummern anruft ist nicht ganz zufällig, weil sie Leute ohne Telefon ausschliesst.

Aber selbst wenn wir dieses Problem lösen könnten, haben wir mit dem so genannten non-response, also der Verweigerung des Interviews schon das nächste Problem. Viele Leute, die zufällig in die Stichprobe gezogen werden, verweigern eine Antwort oder sind nicht erreichbar. Sei es, weil sie keine Zeit oder keine Lust haben, oder gegen Umfragen generell feindselig eingestellt sind oder weil sie jeweils nur zu bestimmten Tagen oder Tageszeiten zu Hause sind, welche Gründe auch immer vorliegen, Interviewverweigerungen sind ein zentrales Problem von Umfragen. Wenn wir davon ausgehen könnten, dass die Verweigerung eines Interviews zufällig verteilt ist, dann könnten wir das Problem vernachlässigen. Die Wahrscheinlichkeit, dass Menschen, die nicht an einer Umfrage teilnehmen oder nur zu bestimmten Zeiten erreichbar sind ganz andere Einstellungen haben, als jene, die bereitwillig an einer Umfrage teilnehmen, ist aber wohl relativ hoch. Und diese Wahrscheinlichkeit ist umso höher, je geringer die so genannte Response Rate, also die Ausschöpfungsquote ist. Eigentlich haben wir dann aber keine Stichprobe mehr aus allen Stimmberechtigten, sondern nur noch aus allen *antwortwilligen* Stimmberechtigten.

Probleme von Umfragen (2)

Was Sie hier sehen ist die Response Rate bei den Nachbefragungen nach eidgenössischen Abstimmungen. Waren um das Jahr 2000 wenigstens noch fast 40 bis 45 der Ausgelosten bereit, an der Umfrage teilzunehmen, sind es heute nur noch knapp 20 Prozent. In den

1970er und 1980er Jahren machte man sich übrigens bereits Sorgen, wenn die response rate unter 80 Prozent fiel.

Probleme von Umfragen (3)

Wie wird dem zunehmenden Problem der niedrigen response rate begegnet? Eine weit verbreitete Methode ist die [KLICK] Gewichtung. Für bestimmte Merkmale, deren Verteilung in der Grundgesamtheit bekannt ist, kann die Stichprobe sozusagen ausbalanciert werden. Wir wissen ja in der Regel, wie viele Frauen und wie viele Männer in der Grundgesamtheit sind. Wenn wir nun also zum Beispiel in unserer Stichprobe 25% Männer aber 75% Frauen haben, dann werden die Männer in der Stichprobe doppelt gewichtet.

Dieses Vorgehen setzt aber eigentlich zahlreiche heikle Hypothesen voraus. Unter anderem wird damit angenommen, dass die Verteilung der interessierenden Merkmale oder abgefragten Einstellungen der Befragten gleich sind, wie in der Grundgesamtheit. Und das können wir ja – im Gegensatz zu den soziodemographischen Merkmalen eigentlich gar nicht wissen. Gerade wenn wir ganz viele Interviewverweigerungen haben, ist diese Annahme mehr als heikel.

Diese Stichprobenverzerrungen sind ein grosses Problem bei Zufallsstichproben. Sie können sich vorstellen, dass sich diese Probleme bei Quotenverfahren oder bei Willkürverfahren wie Selbstselektion sogar noch verstärken. Wenn die Nutzerinnen und Nutzer einer Internetplattform aufgefordert werden, an einer Umfrage teilzunehmen, was ist dann genau die Grundgesamtheit? Und kann hier wirklich mittels Gewichtung auf die Grundgesamtheit geschlossen werden? Ein weiteres Problem, dass diese Art von Umfragen als unwissenschaftlich entlarvt ist die mangelnde intersubjektive Nachvollziehbarkeit. Zwar wird in der Regel ausgewiesen, wie viele Befragte an einer Umfrage mitgemacht haben und dass mit dem Gewichtungsverfahren X gerechnet wurde, nirgends wird aber ausgewiesen, wie dieses Gewichtungsverfahren genau aussieht und was es von einem reinen Handgelenk mal Pii-Schätzung unterscheidet. Meistens sind diese Verfahren also nicht transparent, was natürlich zum Geschäftsgeheimnis eines Befragungsinstituts gehören darf, aber wie auch das Auswahlverfahren streng genommen eben nicht wissenschaftlich ist.

Seit einiger Zeit wird bei Umfragen, die in Medien präsentiert werden, auch der so genannte [KLICK] Stichprobenfehler angegeben. Streng genommen hat auch dieser Wert lediglich bei guten Zufallsstichproben Aussagekraft. Er gibt Auskunft, mit welcher Unsicherheit die Schätzungen in einer Stichprobe von einem Wert in der Grundgesamtheit abweichen, präsentiert also sozusagen die Abweichung vom geschätzten zum realen Mittelwert. Je grösser eine Zufallsstichprobe ist, desto präziser wird in der Regel die Schätzung. Die Abweichung wird dann mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit (in der Regel 90 oder 95%) angegeben. Wenn zum Beispiel ein Stichprobenfehler von +/- 2 Prozent angegeben wird, dann bedeutet dies, dass ein ausgewiesener Anteil von 50% mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% zwischen 48 und 52 Prozent liegt.

Probleme von Umfragen (4)

Stichprobenfehler werden in Umfragen häufig angegeben, aber in der Interpretation in der Regel ignoriert. In diesem Beispiel hier bedeutet der Stichprobenfehler von +/- 1.3 Prozent, dass die SVP im Prinzip auch 2.3 Prozent zulegt oder aber um 0.3 Prozent verliert.

Probleme von Umfragen (5)

Ein weiteres Problem, das eher mit der Befragungsmethode als mit dem Auswahlverfahren zusammenhängt, ist die Soziale Erwünschtheit, die wir oben schon kurz gestreift haben. Bei Befragungen wird nämlich durchaus auch gelogen bzw. es werden eher sozial erwünschte Antworten gegeben. Bei heiklen Fragen getraut man sich zudem eventuell nicht, die eigene tatsächliche Einstellung anzugeben. Untersuchungen legen z.B. nahe, dass bei gleichgeschlechtlichen Interviewpartner andere Antworten gegeben werden als bei andersgeschlechtlichen. Mit anderen Worten: Männer antworten bei Interviewerinnen anders als bei Interviewern.

Probleme von Umfragen (6)

Soziale Erwünschtheit äussert sich dann beispielsweise bei den Antworten zur Frage nach der Beteiligung bei Abstimmungen. Hier sehen Sie die Abweichungen bei der angegebenen Beteiligung zur tatsächlichen Beteiligung. In der Regel ist die bei Umfragen angegebene Beteiligung viel höher als die tatsächliche Beteiligung. Die Wahrscheinlichkeit ist gross, dass diese Abweichungen nicht nur mit sozialer Erwünschtheit zu tun haben, sondern auch damit, dass nicht teilnimmt, wer sich nicht beteiligt hat oder sich eben gar nicht für Politik interessiert. Wir haben hier also wohl auch das Problem von non-response.

Probleme von Umfragen (7)

Dies könnte auch hier das Problem sein. Abgetragen ist hier die Differenz des Ja-Stimmenanteils bei der Nachbefragung nach einer Abstimmung und dem tatsächlichen Ja-Anteil bei der Abstimmung selber. Bei der Durchsetzungsinitiative zum Beispiel – das ist der oberste Balken – stimmten real 41 Prozent der Abstimmenden mit Ja; bei der VOX-Analyse gaben lediglich etwa 26 Prozent an, mit Ja gestimmt zu haben. Dies kann wiederum soziale Erwünschtheit sein: niemand möchte gerne zu den Verliererinnen und Verlierern gehören. Oder aber: eher rechtspopulistisch eingestellte Individuen verweigern die Teilnahme an der Befragung. Dies ist natürlich für Befragungsinstitute, die Umfragen als Prognosen für Wahlen oder Abstimmungen nutzen, mitunter ein ziemliches Problem.

Probleme von Umfragen (8)

Ein letztes Problem, das wir hier streifen möchten, ist die Ausblendung des Kontextes. In der Regel wird bei Analysen kaum berücksichtigt, in welchem gesellschaftlichen und geographischen Kontext ein befragtes Individuum lebt. Wir haben im letzten Lernvideo 10.2 gesehen, dass es für Einstellungen sehr wohl regionale Differenzen gibt. Wenn wir also nationale Einstellungsmuster wiedergeben, dann könnten diese kantonal oder regional sehr unterschiedlich sein. Für die Gewichtung würde diese Überlegung aber eigentlich eine recht zentrale Rolle spielen.

Auch bei international vergleichenden Umfragen, wie wir sie im Lernvideo 10.1 betrachtet haben, können Kontexte eine sehr störende Rolle spielen. Fragen zu Werteeinstellungen können je nach Kultur sehr unterschiedliche Bedeutung haben. Wir haben das im Lernvideo 10.1 beim Indikator «Nationalstolz» diskutiert. Ein anderes Beispiel ist die Demokratiezufriedenheit. Im World Values Survey ist ausgerechnet China das Land mit der höchsten Demokratiezufriedenheit.

Inhalt

Das bringt uns zum nächsten Punkt, den verschiedenen [KLICK und rot] Umfragedaten, die in der politischen Soziologie Verwendung finden.

Umfragedaten

In der Schweiz gibt es seit 1977 Umfragen, die nach Abstimmungen durchgeführt werden. Der Name Vox oder Voto ist Ihnen vielleicht ein Begriff. Hier wird versucht, Abstimmungsergebnisse im Nachgang von Urnenabstimmungen zu deuten.

Die Swiss electoral studies Kurz: Selects sind Befragungen im Nachgang zu eidgenössischen Wahlen. Es gibt sie seit 1995.

In der schweizerischen politischen Soziologie ebenfalls häufig genutzt wird das sogenannte Haushaltspanel. Eine wiederkehrende Befragung zu unterschiedlichen gesellschaftspolitischen Themen.

Die Schweiz hat zudem bei einigen international vergleichenden Umfragen teilgenommen. Bereits im Lernvideo 10.1 sind uns der World Values Survey, der European Social Survey, die International social survey Programme oder der Eurobarometer begegnet.

Diese Liste ist natürlich nicht abschliessend. Sie finden zahlreiche weitere Umfragedaten beim Schweizer Kompetenzzentrum für Sozialwissenschaften, dem Fors in Lausanne.

Inhalt

Kommen wir zum Fazit [KLICK und rot]

Fazit

[KLICK] Umfragen sind – wie alle Instrumente, die wir in der Wissenschaft anwenden – nicht über alle Zweifel erhaben. Das Vorgehen bei Umfragen ist entscheidend für die Qualität der Ergebnisse. [KLICK] Vor allem die Auswahl der Stichprobe muss mit grosser Sorgfalt geschehen. Nicht so sehr die Anzahl Befragten, sondern die Qualität deren Auswahl ist entscheidend dafür, ob eine Umfrage so genannt repräsentativ ist.

Bei allen Umfragen, die wir als Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu Rate ziehen, egal ob es sich um eine wissenschaftliche Befragung oder eine medial verbreitete Prognose handelt, sollten wir kritisch hinterfragen, wie die Stichprobe gezogen wurde, wie der Stichprobenfehler zu interpretieren ist oder welche Gewichtungen wie vorgenommen wurden.

Auch wenn Umfragen mitunter nur bedingt wissenschaftlich sind und mit teilweise grossen Problemen behaftet sind, helfen sie uns, komplexe Phänomene zu messen und so zu neuen Einsichten zu kommen. Wichtig ist eine kritische Betrachtungsweise und eine immer nur sehr vorsichtige und in die Kritik eingebettete Interpretation der Resultate. Für Umfragen gilt wie für alle anderen wissenschaftlichen Untersuchungen: Beweisen können wir damit nie etwas. Auch Prognosen können wir mit einer kritisch-rationalistischen Wissenschaftsposition damit nicht machen.

Denk Mal!

Können Sie mit Hilfe der Ausführungen zum kritischen Rationalismus im Lernvideo 2.2 erklären, weshalb Umfragen für Wahl- und Abstimmungsprognosen nicht taugen?

Outro → zeigen und Kopf

Ob Sie den Inhalt des Lernvideos verstanden haben, testen Sie am besten mit den Fragen und Antworten, die Sie unter Ilias finden.

Mit dem Besuch der Vertiefungsvorlesung können sie ihr Wissen zudem auch anwenden und so ihr Verständnis vertiefen.

Haben Sie Fragen? Diese können gerne in der Vertiefungsvorlesung diskutiert werden. Sie können sie auch ins Ilias-Forum stellen.

Für Kritik und Anregungen erreichen Sie mich zudem stets auch per E-Mail (Einblenden: marc.buehlmann@unibe.ch).