

Sozial erwünschtes Antwortverhalten bezüglich der Teilung häuslicher Arbeit: die Interaktion von Interviewergeschlecht und Befragtenmerkmalen in Telefoninterviews

Klein, Markus; Kühhirt, Michael

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Klein, M., & Kühhirt, M. (2010). Sozial erwünschtes Antwortverhalten bezüglich der Teilung häuslicher Arbeit: die Interaktion von Interviewergeschlecht und Befragtenmerkmalen in Telefoninterviews. *Methoden, Daten, Analysen (mda)*, 4(2), 79-104. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-210124>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Sozial erwünschtes Antwortverhalten bezüglich der Teilung häuslicher Arbeit

Social Desirability and Response Bias in Case of the Division of Household Labour

*Die Interaktion von
Interviewergeschlecht und
Befragtenmerkmalen in
Telefoninterviews*

*The Interaction between
Gender of the Interviewer and
Respondent Characteristics
in Telephone Interviews*

Markus Klein und Michael Kühhirt

Zusammenfassung

Der Beitrag untersucht den Einfluss des Interviewergeschlechts auf das Antwortverhalten von Befragten bezüglich der Teilung häuslicher Arbeit in telefonischen Interviews. Aufgrund einer Diskrepanz zwischen öffentlich vertretenen egalitären Geschlechterrollen und der noch immer geringen männlichen Beteiligung an der Hausarbeit wird auf Basis von Rational-Choice Argumenten erwartet, dass männliche Befragte bei weiblichen Interviewern sozial erwünscht antworten und ihre Beteiligung an der Hausarbeit überschätzen. Dagegen ist anzunehmen, dass Frauen ihren relativen Anteil an der partnerschaftlichen Hausarbeit eher unterschätzen. Interviewereffekte des Geschlechts sollten bei weiblichen Befragten jedoch geringer ausfallen als bei Männern. Da sich vor allem junge bzw. gebildete Befragte egalitärer Rollenvorstellungen bewusst sind, sollten vor allem

Abstract

In this paper we examine the impact of the interviewer's gender on respondents' self-reported share of housework in telephone interviews. Due to a discrepancy between modern, egalitarian gender roles dominating public discussion and men's marginal participation in housework we expect male respondents to answer in a socially desirable way and exaggerate their share of housework vis à vis female interviewers. At the same time, we assume that female respondents underreport their contribution to the couple's housework to female interviewers. The effects of the interviewer's gender should be less strong in case of female respondents than in case of male respondents, though. Additionally, theory suggests that young and educated respondents are particularly susceptible to effects of the interviewer's gender as they are most aware of egalitarian gender roles

diese Gruppen anfällig für derartige Interviewereffekte sein. Für männliche Befragte entsprechen die Ergebnisse weitestgehend den Erwartungen, wobei das Interviewergeschlecht in Abhängigkeit vom Alter des Befragten die stärkeren Effekte zeigt. Für weibliche Befragte zeigen sich über alle Altersgruppen und Bildungsabschlüsse dagegen keine signifikanten Effekte. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sozial erwünschtes Antwortverhalten auch bei Auskünften über konkretes Alltagshandeln auftreten kann. Hinzu kommt eine beträchtliche Heterogenität der Effekte über unterschiedliche Bevölkerungsgruppen.

due to their socialization and environment. For male respondents the results are largely consistent with the expectations. However, the effect of the interviewer's gender varies stronger by age than by education. Regarding female respondents the results do not indicate any significant effects across age groups and educational degrees. Overall, the results show that social desirability may also bias self-reports of everyday behaviour. Moreover, interviewer effects vary considerably between different social groups.

1 Einleitung

Umfragedaten sind für empirisch ausgerichtete Sozialwissenschaftler in überwiegendem Maße die Grundlage statistischer Analysen. Die Reliabilität und Validität der Daten ist dabei einerseits abhängig von der korrekten Operationalisierung und Messung der interessierenden Konstrukte durch den Forscher. Andererseits ist hinlänglich bekannt, dass die Datenqualität bereits im Verlauf des Erhebungsprozesses beträchtlich eingeschränkt werden kann, sei es durch den Ausfall spezifischer Personengruppen oder durch systematische Antwortverzerrungen während des Interviews. So können z. B. Dritte die Teilnahme an einer Befragung behindern oder Einfluss auf das Antwortverhalten der Befragten nehmen (Mohr 1986). Weitaus häufiger jedoch sind es die Interviewer selbst, die den Erfolg der Datenerhebung maßgeblich beeinflussen. Dies gilt sowohl für persönliche Befragungen als auch für telefonische Interviews (Diekmann 2004: 399). So zeigt sich beispielsweise, dass Kontrollüberzeugungen der Interviewer (Weidmann/Schmich/Schiller-Born 2008) oder deren sprachliche Eigenschaften (Steinkopf/Bauer/Best 2010) die Ausschöpfungsquote telefonischer Befragungen signifikant beeinflussen.

In diesem Beitrag gehen wir der Frage nach, inwieweit in einer telefonischen Umfrage die subjektiv berichtete Beteiligung an Hausarbeit durch das Geschlecht der Interviewer verzerrt wird. Im Mittelpunkt steht dabei die mögliche Interaktion des Interviewergeschlechts mit bestimmten Eigenschaften der Befragten. Dadurch sollen für verschiedene Bevölkerungsgruppen unterschiedlich ausfallende Interviewereffekte herausgearbeitet werden.

Wenngleich das Geschlecht der Interviewer schon früh als eine der bedeutendsten Ursachen für systematische Antwortverzerrungen insbesondere in telefonischen Befragungen angesehen wurde (Grimes/Hansen 1984), gibt es auf diesem Gebiet relativ wenige empirische Studien. Aus der bisherigen Forschung stellt sich jedoch vermehrt heraus, dass Befragte zu Themen des Geschlechterverhältnisses gegenüber weiblichen Interviewern tendenziell dazu neigen, häufiger Partei für Frauen zu ergreifen, als gegenüber männlichen Interviewern. Dies wurde vor allem bezüglich der wahrgenommenen Ungleichheit zwischen den Geschlechtern sowie der Diskriminierung von Frauen (Ballou/DelBoca 1980; Kane/Macaulay 1993), Einstellungen zu Geschlechterrollen (Ballou/DelBoca 1980; Grimes/Hansen 1984; Lueptow/Moser/Pendleton 1990; Kane/Macaulay 1993; Huddy et al. 1997) und der Unterstützung von Frauenrechten und politischen Interessenvertretungen zu Gunsten des weiblichen Geschlechts (Kane/Macaulay 1993; Huddy et al. 1997) festgestellt.

Besteht jedoch keine offensichtliche Beziehung zwischen dem Inhalt der Befragung und dem Interviewermerkmal Geschlecht, so ergeben sich uneinheitliche Ergebnisse. Während Befragte bei männlichen Interviewern im Vergleich zu weiblichen Interviewern optimistischere Aussagen zu ihren wirtschaftlichen Aussichten machen, kommen Groves und Fultz (1985) in der gleichen Studie zu dem Schluss, dass Interviewfehler (wie missing values, probing etc.) nicht signifikant zwischen dem Geschlecht des Interviewers variieren.

Noch weitaus weniger ist bislang über die Heterogenität von Interviewereffekten über verschiedene Bevölkerungsgruppen bekannt. Am häufigsten wurde in der Vergangenheit der Effekt des Interviewergeschlechts in Abhängigkeit des Befragten geschlechts untersucht, allerdings mit inkonsistenten Ergebnissen. So zeigen einige Studien, dass sich weibliche Befragte im Vergleich zu männlichen Befragten eher durch das Geschlecht des Interviewers in ihrem Antwortverhalten beeinflussen lassen und der Kontrast der Antworten zwischen weiblichen und männlichen Interviewern bei ihnen höher ausfällt als dies bei männlichen Befragten der Fall ist (Argentino et al. 1977; Grimes/Hansen 1984; Lueptow/Moser/Pendleton 1990). In der Studie von Ballou und DelBoca (1980) ergeben sich zwar bei Fragen zur Thematik der Ungleichheit zwischen den Geschlechtern dieselben Ergebnisse, bei der spezifischen Frage zur Frauenbewegung tritt jedoch genau der umgekehrte Fall ein: Männliche Befragte sind anfälliger für Interviewereffekte des Geschlechts als weibliche Befragte. Anscheinend ist der Grad der Anfälligkeit der Geschlechter für Effekte des Interviewergeschlechts von den angesprochenen Themen in der Umfrage abhängig (Kane/Macaulay 1993: 13). Allerdings kommt die Forschung auch bei spezifischen Themen zu keinem einheitlichen Ergebnis. So stellen Kane und Macaulay (1993) im Gegensatz zu Ballou und DelBoca (1980) fest, dass im Bereich der „gender-related action“-Items, insbesondere dem Aspekt der Frauenbewegung, weibliche Befragte anfälliger für Interviewereffekte des Geschlechts sind.

Die Abhängigkeit von Interviewereffekten von anderen Merkmalen der Befragten untersuchten bisher nur Huddy et al. (1997). In dieser Studie wurden vor allem jüngere und weniger gebildete Befragte durch das Geschlecht des Interviewers in ihrem Antwortverhalten bezüglich verschiedener Items zur Frauenbewegung und Geschlechterungleichheit beeinflusst. Zur Erklärung des Effektes der Bildung argumentieren Huddy et al. (1997: 200), dass Befragte mit geringer Bildung den vermeintlichen Einstellungen des aus ihrer Sicht höher gebildeten Interviewers nicht widersprechen möchten, um eine Stigmatisierung als weniger intelligent zu vermeiden.

Darüber hinaus liegt der Fokus der bisherigen Forschung weitestgehend auf der Betrachtung von Interviewereffekten auf Einstellungsvariablen. Ob Merkmale des Interviewers auch Antwortverzerrungen in Bezug auf konkretes Verhalten hervorrufen, ist dagegen kaum erforscht. Im Unterschied zu Einstellungen, die nicht immer bewusst vorliegen, kann tatsächliches Verhalten erinnert werden, so dass der „wahre Wert“ für den Befragten leichter zu bestimmen ist. Bei Einstellungsfragen besteht zudem das Problem, dass bei manchen Befragten keine Meinung zu einem spezifischen Thema vorliegt. In diesem Fall ist es für Befragte wesentlich einfacher, sozial erwünscht zu antworten, da sie keine Abweichung zu einem „wahren Wert“ zeigen müssen. Im Vergleich zu Einstellungsfragen sollte bei Fragen zu konkreten Tätigkeiten die Hürde damit nochmals höher liegen, den „wahren Wert“ in der Interviewsituation an soziale Erwartungen anzupassen.

Die Befragung zur Arbeitsteilung in Partnerschaften erfasst zum einen konkrete Tätigkeiten. Zum anderen betrifft sie das Geschlechterverhältnis, das mit einem zentralen öffentlichen Merkmal des Interviewers, dem Geschlecht, in unmittelbarer Verbindung steht. Da somit eine Stereotypisierung der Einstellungen vor allem weiblicher Interviewer durch die Befragten mit hoher Wahrscheinlichkeit auftritt, ist dieses inhaltliche Feld sehr gut geeignet, systematische Antwortverzerrungen bezüglich konkretem, alltäglichem Handeln zu untersuchen.

Die Methodenforschung im Bereich der Teilung häuslicher Arbeit hat sich bisher vor allem auf Probleme der Erhebung der Zeitverwendung konzentriert. Im Speziellen konzentriert sich die Forschung meist auf die Frage, ob eher Tagebuchangaben oder Selbstauskünfte valide Daten liefern (Juster/Ono/Stafford 2003) bzw. inwieweit das Geschlecht der Befragten die Angaben verzerrt (Lee/Waite 2005). Darüber hinaus zeigen Press und Townsley (1998), dass Merkmale wie Klasse, Bildung und Erwerbsstatus ebenfalls Antwortverzerrungen hervorrufen können und dass diese Effekte für Männer und Frauen unterschiedlich ausfallen.

Zum Thema Arbeitsteilung in Partnerschaften in Zusammenhang mit Interviewereffekten des Geschlechts gibt es bisher wenig empirische Forschung. In der Studie von Kane und Macaulay (1993: 13) ergeben sich zu Items der Arbeitsteilung

im Haushalt sowohl bei Männern als auch bei Frauen keine signifikanten Effekte. Allerdings geben männliche Befragte im Gespräch mit weiblichen Interviewern häufiger an, sich die Verantwortung für die Kinderbetreuung mit dem Partner zu teilen, als gegenüber männlichen Interviewern (ebd.: 11). In einer älteren Studie von Mohr (1986), deren Untersuchungsschwerpunkt auf dem Einfluss der Anwesenheit Dritter lag, zeigen die Ergebnisse in eine der allgemeinen Forschung zu Interviewereffekten bei „gender attitudes“ widersprechende Richtung: Männliche Befragte nennen, unabhängig davon ob der Partner anwesend ist, gegenüber weiblichen Interviewern im Durchschnitt eine geringere Beteiligung an der Hausarbeit als gegenüber männlichen Interviewern (ebd.: 67). Die Ergebnisse stammen jedoch ausschließlich aus bivariaten Analysen ohne Kontrolle der statistischen Signifikanz.

Insgesamt zeigen die oben genannten Studien vor allem, dass Interviewereffekte besonders dann zu erwarten sind, wenn die Thematik der Befragung mit Eigenschaften der Interviewer in eindeutiger Beziehung steht (Reinecke 1991: 28f.; Johnson et al. 2000: 78). Zudem deutet einiges auf die Heterogenität von Interviewereffekten über verschiedene Bevölkerungsgruppen hin. Beides spricht für eine stärkere theoretische Herleitung, sowie eine differenziertere empirische Untersuchung von Interviewereffekten.

Im Folgenden sollen nun zunächst theoretische Überlegungen dargelegt werden, von denen der zu erwartende Effekt des Interviewergeschlechts auf die berichtete Beteiligung an Hausarbeit in Abhängigkeit bestimmter Merkmale der Befragten abgeleitet wird. Anschließend erläutern wir die Datengrundlage unserer Analysen sowie unsere methodische Vorgehensweise. Zum Abschluss präsentieren wir die empirischen Ergebnisse und betrachten diese im Hinblick auf die theoretischen Erwartungen.

2 Theoretischer Hintergrund

Um das Auftreten von Interviewereffekten zu verstehen, muss das Interview als eine „soziale Situation“ betrachtet werden (Esser 1991: 1), in deren Rahmen sich Interviewer und Befragte wechselseitig aneinander orientieren und aufeinander Bezug nehmen. Der Interviewer bietet dem Befragten Hilfestellung in der spezifischen Interviewsituation, so dass dieser sich in der Rolle des Befragten zurechtfindet und den Anforderungen der Rolle gerecht wird. Es ist explizit Aufgabe des Interviewers, den Frage-Antwort-Prozess zu managen und gegebenenfalls sogar Rückfragen zu stellen (Groves et al. 2004: 269). Dies hat aber zur Folge, dass der Interviewer bewusst oder unbewusst Einfluss auf das Antwortverhalten des Befragten nehmen kann.

Das Resultat der Datenerhebung ist somit Folge eines menschlichen Interaktionsprozesses, in dessen Kontext beim Befragten bestimmte Kognitionen und Assoziationen hervorgerufen werden.

„Der Befragte nutzt alle ihm in der Situation zur Verfügung stehenden Signale, interpretiert die vermuteten Absichten des Interviewers und richtet sein Verhalten danach und nach den eigenen Zielsetzungen aus.“ (Reinecke 1991: 38)

Befragte geben somit in der spezifischen Situation des Interviews nicht immer automatisch ihren „wahren Wert“ zur jeweiligen Frage an, sondern zeigen mitunter reaktives Antwortverhalten.

2.1 Sozial erwünschtes Antwortverhalten als rationale Wahl

Im Rahmen der Theorie der rationalen Wahl kann das Befragtenverhalten als „Spezialfall einer allgemeinen Theorie des situationsorientierten Handelns“ betrachtet werden (Esser 1986, 1991). Es wird argumentiert, dass das Antwortverhalten der Befragten nicht durch fixe Orientierungen und Einstellungen im Vorhinein festgelegt ist, sondern sich erst innerhalb der Situation der Befragung in wechselseitiger Beeinflussung mit dem Interviewer durch den Vergleich verschiedener, alternativ möglicher Antwortoptionen ergibt.

Ausgangspunkt der Überlegungen ist das universelle Streben individueller Akteure nach sozialer Wertschätzung. In der Situation des Interviews kann der Befragte diese erlangen, indem er die Anerkennung seines Gesprächspartners, des Interviewers, erhält bzw. Missbilligung durch den Interviewer vermeidet. Dies geschieht, indem die jeweilige Antwort den Erwartungen entspricht, die der Befragte dem Interviewer auf Basis von bestimmten persönlichen Merkmalen unterstellt. Der „wahre Wert“ des Befragten weicht jedoch unter Umständen von diesen Erwartungen ab. Gegebenenfalls steht der Befragte während des Interviews vor der Entscheidung, den „wahren Wert“ preiszugeben und damit möglicherweise die Missbilligung des Interviewers auf sich zu ziehen oder die Antwort den unterstellten Idealen des Interviewers anzupassen.

Antwortverzerrungen durch soziale Erwünschtheit sind jedoch keineswegs zwingend. Zunächst muss eine Diskrepanz zwischen „wahrem Wert“ und „sozial erwünschtem Wert“ vorliegen. Neben dieser trivialen Voraussetzung sollte der Nutzen einer Antwortanpassung den Nutzen einer Angabe des „wahren Wertes“ übersteigen. Letzterer kann z. B. darin liegen, sich die Mühe zu ersparen, eine unwahre Antwort zu erfinden. Jedoch sollte der dazu nötige kognitive Aufwand bei den meisten sozialwissenschaftlichen Fragestellungen eher gering sein. Folglich kann man davon ausgehen, dass der Nutzen einer sozial erwünschten Antwort diese Kosten in der

Regel übersteigt. Auch die Aufrechterhaltung der eigenen Identität bzw. die Vermeidung kognitiver Dissonanz kann als Nutzen aus der Angabe des „wahren Wertes“ gezogen werden. Ob dieser den Nutzen sozial erwünschten Antwortverhaltens übertrifft, kann in den meisten Fällen wohl nur empirisch überprüft werden. Allerdings ist es plausibel anzunehmen, dass der Anreiz, sozial erwünscht zu antworten noch weiter ansteigt, wenn der „wahre Wert“ neben den vermeintlichen Ansichten des Interviewers auch den eigenen Idealen widerspricht.

Das Ausmaß der Konformität mit den sozialen Erwünschtheitswahrnehmungen ist zudem von zwei Faktoren abhängig: vom Ausmaß des Bedürfnisses nach sozialer Anerkennung, welches durch Social Desirability (SD)-Skalen gemessen werden kann, und von der wahrgenommenen Befürchtung, dass die Offenbarung des „wahren Wertes“ negative Konsequenzen etwa durch Missbilligung des Interviewers nach sich zieht.

Zunächst müssen jedoch drei Vorbedingungen erfüllt sein, die den Einfluss von Interviewermerkmalen auf das Antwortverhalten erst ermöglichen. Erstens muss die Befragung einer *Öffentlichkeit* unterliegen. Ist bei der Beantwortung keine andere Person anwesend, hat der Befragte auch bei einem sehr hohen Bedürfnis nach sozialer Wertschätzung kaum Anlass, von seinem „wahren Wert“ abzuweichen. Zweitens muss die Bedingung der *Sichtbarkeit* erfüllt sein. Damit ein Merkmal des Interviewers das Antwortverhalten des Befragten systematisch verzerren kann, muss die relevante Interviewereigenschaft für den Befragten transparent sein. Drittens müssen sich mit den identifizierten Merkmalen des Interviewers „klar typisierte, unterschiedliche Konsequenzerwartungen verbinden: man muss davon ausgehen können, dass z. B. männliche und weibliche Interviewer evtl. Antworten zu einem bestimmten Thema mit deutlich unterschiedlichen Bewertungen versehen“ (Esser 1986: 326). Dies wird als *Stereotypisierung* bezeichnet.

Der folgende Abschnitt zeigt auf, dass die genannten Bedingungen für unsere Forschungsfrage erfüllt sind und welche Effekte des Interviewergeschlechts auf die berichtete Beteiligung an der Hausarbeit auf Grundlage der oben dargestellten allgemeinen Überlegungen zu erwarten sind.

2.2 Interviewergeschlecht, Befragtenmerkmale und häusliche Arbeitsteilung

Vor dem Hintergrund des Antwortverhaltens in Befragungen als rationaler Wahl sind eindeutige Effekte des Interviewergeschlechts auf die berichtete Beteiligung an häuslicher Arbeit zu erwarten. Aufgrund der telefonischen Befragung sind die Bedingungen der Öffentlichkeit und Sichtbarkeit im hier behandelten Fall zwar

stark eingeschränkt, aber dennoch erfüllt. Obwohl der Befragte dem Interviewer nicht persönlich gegenüber sitzt, so muss er doch seine Antworten dem Interviewer direkt mitteilen und kann an verschiedenen Äußerungen des Interviewers Wertschätzung oder Ablehnung ablesen. In Bezug auf die Sichtbarkeit ist es dem Befragten möglich, das Geschlecht des Interviewers an Hand der Stimme zu identifizieren. So kamen Schejbal, Sachs und Lavrakas (1993) zu dem Ergebnis, dass 97 % der Teilnehmer einer telefonischen Befragung das Geschlecht ihres Interviewers eindeutig erkennen können. Gerade in Telefoninterviews sollte das Geschlecht des Interviewers besonders markant hervortreten, da den Befragten Informationen über andere Merkmale des Interviewers wie sozioökonomischer Status oder Aussehen fehlen (Groves/Fultz 1985: 31f.).

Die inhaltlichen Vorhersagen der zu erwartenden Effekte ergeben sich nun sämtlich aus dem Vorliegen der Stereotypisierung. In der heutigen Gesellschaft haben sich, befördert durch Medien und Werbung (Sullivan/O'Connor 1988; Brosius/Mundorf/Staab 1991), in letzter Zeit aber auch durch die Politik (Henninger/Wimbauer/Dombrowski 2008: 295f.), moderne Geschlechterbilder weitgehend in der öffentlichen Diskussion etabliert und werden zum Teil offensiv eingefordert. Im Mittelpunkt steht dabei vor allem das Idealbild einer selbstbewussten, im Beruf erfolgreichen Frau, aber auch die Vorstellung einer egalitär zu gestaltenden Arbeitsteilung in Partnerschaften (Kane/Macaulay 1993: 4). Dabei werden diese Ideale keineswegs von allen Mitgliedern der Gesellschaft geteilt. Es sind vor allem junge und gebildete Personen, die egalitäre Geschlechterrollen vertreten (van Snippenburg/Ter Voert/Janssen 1990; Wilcox 1991; Braun/Scott 2009). Wenig überraschend ist auch, dass Frauen diesen Ideen aufgeschlossener gegenüberstehen als Männer (Scott/Alwin/Braun 1996).

Sowohl auf Grund der Berichterstattung in den Medien als auch in Folge tatsächlicher lebensweltlicher Umwälzungen, vor allem was das Erwerbsverhalten von Frauen anbelangt, ist davon auszugehen, dass zumindest ein Teil der Befragten gerade weiblichen Interviewern in jungen Jahren und mit hohem Bildungsstand egalitäre Rollenbilder unterstellt und somit annimmt, dass diese verschiedene Antwortmöglichkeiten bezüglich der Geschlechterbeziehungen unterschiedlich positiv bewerten. Im Fall der häuslichen Arbeitsteilung bedeutet dies, dass Befragte besonders von jungen, gebildeten Frauen Zuspruch für eine egalitäre Aufgabenteilung erwarten. Da die Interviews vollständig von Studierenden durchgeführt wurden und den Teilnehmern vor Beginn der Befragung mitgeteilt wurde, dass die Erhebung im Rahmen einer Lehrveranstaltung an der Universität Mannheim stattfindet, sind solche Stereotypisierungsprozesse sehr wahrscheinlich.

Wie kann es nun aber bei weitreichender Verbreitung egalitärer Geschlechterbilder zu Antwortverzerrungen bezüglich der Teilung häuslicher Arbeit kommen? Tatsächlich spiegeln sich die genannten Ideale bisher bei weitem nicht in individuellem Alltagshandeln wider, vor allem was den privaten Bereich und damit auch die Arbeitsteilung betrifft. In der Realität übernehmen noch immer überwiegend Frauen den Großteil der routinemäßigen Hausarbeit, auch bei jüngeren und gebildeten Paaren (Sayer 2005; van der Lippe et al. 2010). Das Beharren auf traditionellen Handlungsmustern im Familienalltag zeigt sich auch deutlich in der anhaltend geringen Nutzung der Elternzeit durch Väter (Henninger/Wimbauer/Dombrowski 2008). Somit besteht bei vielen Befragten eine Diskrepanz zwischen tatsächlichem Verhalten und den Interviewern unterstellten Werten und Erwartungen. Vor dem Hintergrund der theoretischen Überlegungen entsteht dadurch ein Anreiz, das Antwortverhalten an die dem Interviewer unterstellten Erwartungen anzupassen, um Missbilligung zu vermeiden und soziale Wertschätzung zu garantieren. Dies gilt sowohl für Männer, die sich nicht ausreichend an Hausarbeit beteiligen, als auch für Frauen, die nach den normativen Vorstellungen zu viel Hausarbeit verrichten. Daraus ergibt sich die erste Hypothese.

H1: *Männer geben im Gespräch mit weiblichen Interviewern eine höhere Beteiligung an Hausarbeit an als gegenüber männlichen. Frauen hingegen, berichten weiblichen Interviewern einen geringeren Anteil an der Hausarbeit als männlichen.*

Da die Richtung des Effekts des Interviewergeschlechts bei männlichen und weiblichen Befragten entgegengesetzt wirken sollte, wird aus der Formulierung der Hypothesen bereits ersichtlich, dass wir von einem *Interaktionseffekt* zwischen Interviewer- und Befragtengeschlecht ausgehen.

Zusätzlich nehmen wir an, dass männliche Befragte bei weiblichen Interviewern durch Nennung des „wahren Wertes“ größere negative Konsequenzen erwarten als dies bei weiblichen Befragten der Fall ist. In der heutigen Gesellschaft ist der soziale Druck auf Männer, ihren Anteil an der Hausarbeit zu erhöhen, wesentlich stärker als derjenige auf Frauen, weniger Hausarbeit zu übernehmen. Männer haben somit weitaus größere Missbilligung für ihr tatsächliches Verhalten zu befürchten als Frauen. Als Konsequenz daraus sollten männliche Befragte häufiger als weibliche Befragte sozial erwünschtes Antwortverhalten zeigen (Huddy et al. 1997: 200).

H2: *Männer lassen sich in ihrem Antwortverhalten bezüglich der Beteiligung an häuslicher Arbeit stärker vom Geschlecht des Interviewers beeinflussen als Frauen.*

Diese Ausgangshypothesen lassen sich jedoch noch weiter ausdifferenzieren, da sich verschiedene Bevölkerungsgruppen in unterschiedlichem Ausmaß moderner Rollenbilder bewusst sind bzw. diese selbst vertreten (Hochschild/Machung 1989; van Snippenburg/Ter Voert/Janssen 1990; Wilcox 1991; Braun/Scott 2009) und somit auch die Stereotypisierung unterschiedlich stark ausfällt. So wurden ältere Befragte in einer Zeit sozialisiert, in der die traditionelle Arbeitsteilung zwischen Mann und Frau die Regel war. Diese in der Sozialisation erlernten Normen sind so stark internalisiert, dass es für ältere Befragte weniger Anlass gibt, den „wahren Wert“ des Anteils an der Arbeitsteilung in der Partnerschaft zu verschleiern. In gleicher Weise sind egalitäre Geschlechterrollen unter geringer Gebildeten noch immer weniger verbreitet. Somit sollte diese Gruppe weiblichen Befragten auch in geringerem Maße egalitäre Ansichten zuschreiben. Umgekehrt vertreten junge und gebildete Befragte im Schnitt durchaus egalitäre Geschlechterbilder, setzen diese in der Alltagspraxis jedoch nicht hinreichend um. Somit besteht für diese Gruppen nicht nur eine Diskrepanz zwischen Verhalten und den erwarteten Werten des Interviewers, sondern auch zwischen Verhalten und den eigenen Idealen. Weiterhin ist davon auszugehen, dass sich die Befragten dessen durchaus bewusst sind. Dies sollte das Auftreten sozial erwünschten Antwortverhaltens für junge und gebildete Befragte im Gespräch mit Interviewern mit ähnlichen Merkmalen besonders wahrscheinlich machen.

H3: *Je jünger die Befragten, desto stärker wirken die angenommenen Interviewereffekte aus Hypothese 1.*

H4: *Je höher die Bildung des Befragten, desto stärker wirken die angenommenen Interviewereffekte aus Hypothese 1.*

Die aufgeführten Argumente beziehen sich zum größten Teil auf die Furcht vor Missbilligung durch den Interviewer. Sicherlich sind auch Hypothesen über den Einfluss des Bedürfnisses nach sozialer Wertschätzung denkbar. Diese können jedoch mit den hier verwendeten Daten nicht getestet werden, da keine SD-Skalen abgefragt wurden.

3 Methodik

3.1 Die Mannheimer Familienstudie 2005

Die theoretischen Vorhersagen sollen mit den Daten der Mannheimer Familienstudie 2005 (MaFAM2005) empirisch getestet werden. Diese wurden im Rahmen einer Lehrveranstaltung am Lehrstuhl für Methoden der empirischen Sozialforschung an der Universität Mannheim im März 2005 von studentischen Interviewern mittels einer telefonischen Befragung erhoben. Ziel dieses Projektes war es, Einstellungen und Verhalten bezüglich Familie und Partnerschaft in Mannheim, Ludwigshafen und Umgebung zu untersuchen. Befragt wurde die erwachsene, deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten mit Festnetzanschlüssen.

Die Stichprobenziehung erfolgte durch ein zweistufiges Auswahlverfahren: Zunächst wurde von GESIS ein Pool von Ziffernfolgen möglicher Telefonanschlüsse in der Sampleregion generiert. Durch das Gabler-Häder-Verfahren (Häder/Gabler 1998; Gabler/Häder 2002) wurden nur solche Nummern ausgewählt, die auch tatsächlich als „100er-Block“ existieren. Mit diesem Verfahren ist es möglich, auch Personen zu erreichen, die keine im Telefonverzeichnis eingetragene Nummer haben. Aus dem resultierenden Nummernpool wurden den Interviewern in der Folge per Zufallsauswahl Anschlüsse zugewiesen. Im zweiten Schritt erfolgte die Auswahl der Zielpersonen nach der „Last-Birthday-Methode“. Es wurde nur das Haushaltsmitglied befragt, welches mindestens 18 Jahre alt war und zuletzt Geburtstag hatte. Anhand dieses Verfahrens ist ein „interpenetrated sample assignment“ gegeben, welches Interviewern durch Randomisierung Befragte mit im Durchschnitt äquivalenten Merkmalen zuteilt (Groves et al. 2004: 274). Systematische Unterschiede in den Merkmalen der Befragten zwischen den Befragtengruppen, die weiblichen und männlichen Interviewern zugewiesen werden, sind damit unwahrscheinlich.

Für die Analyse werden lediglich Befragte in Partnerschaften berücksichtigt, die mit dem Partner zusammen leben und Informationen für alle Analysevariablen liefern. 24 Interviews mit homosexuellen Befragten werden ausgeschlossen, da die Hypothesen eine Interaktion zwischen Interviewergeschlecht und Befragtengeschlecht postulieren und die für die Hypothesengenerierung relevante Attribution der Interviewereinstellungen sich auf Traditionalität vs. Egalität der partnerschaftlichen Arbeitsteilung zwischen Mann und Frau bezieht. Insgesamt verbleiben im Analysesample 445 Fälle. Tabelle 1 zeigt, dass für diese Teilstichprobe keine systematischen Unterschiede in den Befragtenmerkmalen zwischen männlichen und weiblichen Interviewern bestehen. Somit ist auszuschließen, dass Unterschiede im Antwortverhalten in den beiden Interviewergruppen auf unterschiedliche Stich-

probenkompositionen zurückzuführen sind. Von den 145 Interviewern, deren Interviews in die Analyse eingehen, sind 53 männlich und 92 weiblich.

Tabelle 1 Verteilung der Befragtenmerkmale nach Interviewergeschlecht

Befragtenmerkmal	männliche Interviewer	weibliche Interviewer	
weiblich	54,60	53,21	p>0,1
<i>Bildung:</i>			p>0,1
kein Abschluss/HS/RS ohne Lehre	12,27	9,29	
HS/RS mit Lehre	42,33	49,29	
Abitur	17,79	12,86	
FH/Uni	27,61	28,57	
Alter	46,90	45,52	p>0,1
verheiratet	82,82	80,00	p>0,1
<i>Kinder im Haushalt:</i>			p>0,1
kein Kind	51,53	48,93	
ein Kind	22,09	24,64	
zwei und mehr Kinder	26,38	26,43	
N Interviewer	53	92	
N Befragte	163	280	

Einträge sind Prozentsätze mit Ausnahme des Alters, für das der Mittelwert berichtet wird. Die Wahrscheinlichkeiten basieren auf χ^2 -Tests aus Kontingenztabellen, in denen das Geschlecht des Interviewers mit dem Geschlecht, der Bildung sowie der Kinderzahl und dem Familienstand der Befragten gekreuzt wurde. Die Wahrscheinlichkeit für Alter der Befragten basiert auf t-Tests der Mittelwertunterschiede.

Die Interviewer sind allesamt Studierende, die über wenig bis gar keine Erfahrung als Interviewer verfügen.¹ Aus diesem Grund fand vor der Befragung eine ausführliche Einweisung der Interviewer einschließlich Probeinterviews statt. Im Schnitt wurden 6,1 Interviews pro Interviewer realisiert, wobei 11 Interviews das Maximum darstellen. Die Befragung erstreckte sich über einen Zeitraum von vier Wochen im März 2005, in denen die Anrufe ausgenommen sonntags täglich durchgeführt wurden. Mit 36,5 % liegt die Ausschöpfungsquote für eine telefonische Befragung relativ hoch. Dies liegt möglicherweise am lokalen Bezug der Studie, der durch Beiträge in regionalen Tageszeitungen weiter befördert wurde.

1 Von den Interviewern im Analysesample haben lediglich 37 bereits Erfahrung. Getrennt nach Geschlecht ergeben sich keine signifikanten Unterschiede in der Interviewererfahrung (Ergebnis nicht ausgegeben).

3.2 Operationalisierungen

Aufgrund des Fokus auf Familie und Partnerschaft beinhaltet die MaFAM2005 zahlreiche Fragen zur Aufgabenteilung in Partnerschaften, darunter auch folgende Items bezüglich der Teilung häuslicher Arbeit: Waschen, Wohnung bzw. Haus putzen, Kochen, Abspülen, kleine Reparaturen im Haus bzw. in der Wohnung, Lebensmittel einkaufen, kranke Familienmitglieder betreuen und Finanzen verwalten. Auf die Frage „Wer macht die folgenden Dinge in ihrem Haushalt?“ standen den Teilnehmern die folgenden Antwortkategorien zur Verfügung: „Immer Sie“, „Meistens Sie“, „Immer Ihr (Ehe-)Partner/Ihre (Ehe-)Partnerin“, „Meistens Ihr (Ehe-)Partner/Ihre (Ehe-)Partnerin“, „Jeder zur Hälfte bzw. gemeinsam“ oder „wird von einer anderen Person gemacht“. Zur besseren Identifikation der Beteiligung des Befragten an der Hausarbeit werden die Kategorien in eine ordinale Rangfolge umkodiert.² Dieses Maß wird auch in zahlreichen Studien zur häuslichen Arbeitsteilung verwendet, vor allem denjenigen, welche auf Daten des International Social Survey Programme (ISSP) basieren (Batalova/Cohen 2002; Fuwa 2004; Breen/Cooke 2005; Geist 2005; Lewin-Epstein/Stier/Braun 2006), aber auch zwei Studien mit ausschließlich deutschen Daten (Schulz/Blossfeld 2006; Grunow/Schulz/Blossfeld 2007).

In einer Faktorenanalyse ergibt sich, dass die drei Items Waschen, Putzen und Kochen von allen acht Items am höchsten auf dem Faktor laden, der die traditionellen Tätigkeiten der Frau im Haushalt repräsentiert.³ Da die Hypothesen implizit das Geschlechterrollenverhältnis betreffen und die stereotype Zuweisung der Interviewereinstellungen in traditionelle vs. egalitäre Ansichten zur Arbeitsteilung zentral ist, werden nur diese traditionell weiblichen Tätigkeiten in den Analysen berücksichtigt.

Für die zentralen Analysen fassen wir die drei Items zu einem additiven Index zusammen. Dieser umfasst die Werte 0 bis 12. Niedrige Indexwerte zeigen dabei eine geringe Beteiligung an der traditionellen Hausarbeit an. Wir verwenden den Index anstatt des errechneten Faktors, da neben den drei Items kein anderes Item eine annähernd hohe Faktorladung aufweist. Zudem sind die Ergebnisse auf Basis des Index inhaltlich anschaulicher interpretierbar. Neben Interviewer- und Befragtingeschlecht werden für die Konstruktion der theoretisch abgeleiteten Dreifach-Interaktionen Alter und Bildung des Befragten verwendet. Die Bildungsvaria-

2 Die Antwortkategorien wurden folgendermaßen umbenannt und in den Analysen verwendet: „Immer Ihr (Ehe-)Partner/Ihre (Ehe-)Partnerin“ = keine Beteiligung (0); „Meistens Ihr (Ehe-)Partner/Ihre (Ehe-)Partnerin“ = niedrige Beteiligung (1); „Jeder zur Hälfte“ = egalitäre Arbeitsteilung (2); „Meistens Sie“ = hohe Beteiligung (3); „Immer Sie“ = sehr hohe Beteiligung (4). Die Kategorie „wird von einer anderen Person gemacht“ setzen wir auf „missing“, da diese keinem Rangplatz zugeordnet werden kann.

3 Faktorladungen: Waschen: 0,8384, Putzen: 0,8607, Kochen: 0,8394.

ble besteht aus 4 Gruppen: kein Abschluss bzw. Haupt- oder Realschule ohne Lehre, Haupt- oder Realschule mit Lehre, Abitur, sowie Fachhochschul- bzw. Hochschulabschluss. Wir verwenden hier die objektiven Indikatoren Alter und Bildung anstatt der ebenso im Datensatz enthaltenen direkten Angaben zu Einstellungen bezüglich Familie und Geschlechterrollen, da davon auszugehen ist, dass letztere potentiell ebenso durch Effekte sozialer Erwünschtheit verzerrt sind.

Um tatsächlich sicherzustellen, dass der Effekt des Interviewergeschlechts nicht auf die Komposition der jeweiligen Stichproben zurückzuführen ist, kontrollieren wir in allen multivariaten Analysen für Bildung, Alter, Familienstand und Kinderzahl im Haushalt.

3.3 Analysestrategie

Für die Analyse greifen wir auf ein lineares Regressionsmodell mit dem Index der häuslichen Arbeitsteilung als abhängiger Variable zurück.⁴ Im ersten Schritt schätzen wir den allgemeinen Interaktionseffekt zwischen Interviewer- und Befragten-geschlecht, um Unterschiede zwischen Männern und Frauen hinsichtlich der Anfälligkeit für sozial erwünschtes Antwortverhalten zu untersuchen. Anschließend soll die Frage beantwortet werden, ob Befragte, die sich moderneren Rollenbildern besonders bewusst sind, häufiger dazu neigen, ihre Angaben bezüglich der Beteiligung an häuslicher Arbeit diesen Idealvorstellungen anzupassen. Dazu modellieren wir eine Dreifachinteraktion zwischen Interviewergeschlecht, Befragten-geschlecht und Alter bzw. Bildung des Befragten.

Wie Dijkstra (1983) und Groves (1989) betonen, werden in der Methoden-forschung zu Interviewereffekten Interviews häufig als unabhängige Beobachtungen betrachtet. Dabei wird vernachlässigt, dass jeder Interviewer ein Cluster an Interviews generiert. In Analysen kann die Nicht-Berücksichtigung dieser Clusterung auf Grund von Autokorrelation der Fehlerterme zu verzerrten Schätzungen der Standardfehler führen. Daher erweist sich für einen Test von Interviewereffekten die hohe Zahl an Interviewern und geringe Zahl an Interviews pro Interviewer in der gewählten Datengrundlage als vorteilhaft (Groves/Fultz 1985: 34). Zwar ist die Anzahl der Interviewer wie in jeder Erhebung kleiner als die Anzahl der Befragten, jedoch ist es durch die geringe Cluster-Bildung sehr unwahrscheinlich, dass einzelne Interviewer desselben Geschlechts durch ihre Art der Interviewführung den in

4 Unsere Ergebnisse sind durch eine Mehrebenenanalyse (Random Intercept) vollständig replizierbar. Da wir nicht an einer Varianzerklärung auf Interviewer- oder Befragtenebene interessiert sind und zudem lediglich ein Merkmal auf der Interviewerebene betrachten können, haben wir uns für die Darstellung des einfacheren Regressionsmodells entschieden.

dieser Studie relevanten Interaktionseffekt zwischen Interviewer- und Befragten-geschlecht verantworten. Für die korrekte Schätzung der Standardfehler werden in den Regressionsanalysen zudem die Befragtencluster der einzelnen Interviewer berücksichtigt.

4 Ergebnisse

4.1 Deskriptive Analyse

Tabelle 2 zeigt konditionale Kreuztabellierungen zwischen den drei relevanten Items der Hausarbeit und dem Interviewergeschlecht getrennt für männliche und weibliche Befragte. Bereits diese bivariate Analyse deutet darauf hin, dass Männer gegenüber weiblichen Interviewern eine höhere Beteiligung an den drei häuslichen Tätigkeiten angeben als gegenüber männlichen. Ein besonders deutlicher Effekt des Interviewergeschlechts zeigt sich jedoch lediglich bei der Kategorie „keine Beteiligung“ an Hausarbeit. So berichten 54 % der Männer männlichen Interviewern keine Beteiligung am Waschen, während dies gegenüber weiblichen Interviewern lediglich bei 38 % der Fall ist. Ein noch größerer Unterschied zeigt sich beim Kochen, bei dem 41 % der Männer gegenüber männlichen Interviewern und nur 23 % gegenüber weiblichen Interviewern keine Beteiligung angeben. Beim Putzen ist der Unterschied mit 26 % zu 17 % geringer, aber dennoch auffällig. Zudem berichten Männer weiblichen Interviewern auch häufiger eine sehr hohe Beteiligung. Diese Unterschiede sind jedoch weitaus geringer.

Für Frauen zeigen sich generell geringere Unterschiede zwischen den Angaben gegenüber männlichen und weiblichen Interviewern. Anders als bei Männern sind diese Unterschiede eher am oberen Ende der Skala zu finden. Vor allem bezüglich der Tätigkeiten Kochen und Waschen geben Frauen bei weiblichen Interviewern seltener eine sehr hohe Beteiligung an als bei männlichen.

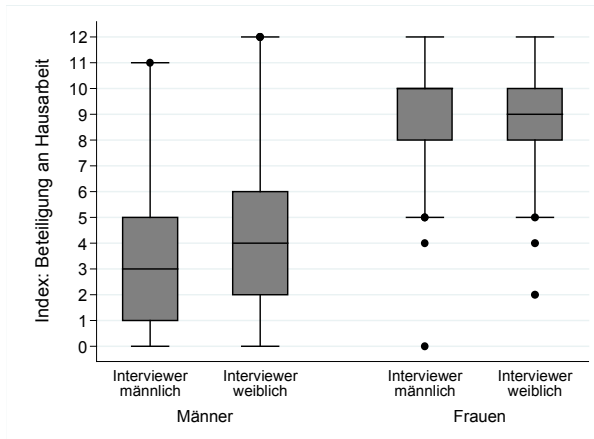
Insgesamt sprechen diese Ergebnisse für die in Hypothese 1 formulierte Vermutung, dass Männer gegenüber Frauen tendenziell ihre Beteiligung an Hausarbeit überschätzen, während Frauen diese eher unterschätzen, wenn sie von Frauen befragt werden. Die generell größeren Effekte für Männer sprechen weiterhin dafür, dass der normative Druck zu einer egalitären Hausarbeit für Männer als größer einzuschätzen ist, wie in Hypothese 2 postuliert.

Tabelle 2 Antwortverhalten zur Beteiligung an der Hausarbeit von Männern und Frauen nach Interviewergeschlecht, in Prozent

Beteiligung am	Männer		Frauen	
	Interviewergeschlecht männlich	Interviewergeschlecht weiblich	Interviewergeschlecht männlich	Interviewergeschlecht weiblich
<i>Waschen</i>				
keine	54,05	38,17	2,25	0,67
niedrig	17,57	21,37	1,12	2,01
egalitär	14,86	25,19	16,85	13,42
hoch	8,11	5,34	17,98	28,70
sehr hoch	5,41	9,92	61,80	55,70
<i>Cramers V=0,19, $Ch^2=7,14$ ($p=0,13$)</i>			<i>Cramers V=0,14, $Ch^2=4,55$ ($p=0,34$)</i>	
<i>Putzen</i>				
keine	25,68	16,79	2,25	0,67
niedrig	25,68	28,24	3,37	2,01
egalitär	45,95	47,33	43,82	40,27
hoch	1,35	3,82	25,84	30,87
sehr hoch	1,35	3,82	24,72	26,17
<i>Cramers V=0,14, $Ch^2=3,96$ ($p=0,41$)</i>			<i>Cramers V=0,10, $Ch^2=0,10$ ($p=0,70$)</i>	
<i>Kochen</i>				
keine	40,54	22,90	4,49	1,34
niedrig	28,38	37,40	2,25	6,71
egalitär	20,27	24,43	23,60	26,85
hoch	6,76	10,69	24,72	28,86
sehr hoch	4,05	4,58	44,94	36,24
<i>Cramers V=0,19, $Ch^2=7,33$ ($p=0,12$)</i>			<i>Cramers V=0,16, $Ch^2=6,05$ ($p=0,20$)</i>	
N Befragte	74	131	89	149

In Abbildung 1 sind nun die entsprechenden Ergebnisse für den additiven Index der Beteiligung an Hausarbeit an Hand von Boxplots dargestellt. Es zeigt sich das erwartete Muster. Männer berichten generell weniger Beteiligung an der Hausarbeit als Frauen, weisen jedoch auch eine höhere Streuung auf. Bezüglich des Einflusses des Interviewergeschlechts zeichnet sich ein den Ergebnissen für die einzelnen Items ähnliches Bild ab. Gegenüber Frauen geben Männer häufiger eine höhere Beteiligung an als gegenüber Männern. Sowohl Median als auch die 25%- und 75%-Quartile liegen bei weiblichen Interviewern jeweils einen Indexpunkt höher als bei männlichen Interviewern. Frauen wiederum äußern gegenüber weiblichen Interviewern eine geringere Beteiligung. Hier unterscheidet sich jedoch lediglich der Median um einen Indexpunkt.

Abbildung 1 Verteilung des Index der Beteiligung an der Hausarbeit nach Interviewer- und Befragtengeschlecht



4.2 Multivariate Analyse

Im Folgenden soll der Effekt des Interviewergeschlechts auf die Angaben von Männern und Frauen bezüglich der Beteiligung an Hausarbeit weiter herausgearbeitet werden. Tabelle 3 zeigt zunächst die Interaktion von Befragten- und Interviewergeschlecht unter Kontrolle von Alter, Bildung, Familienstand und Haushaltskomposition. Damit wird der Effekt um unterschiedliche Zusammensetzungen der Stichproben von männlichen und weiblichen Interviewern bereinigt. Der auf dem 0,1%-Niveau signifikant positive Effekt weiblicher Interviewer signalisiert, dass Männer gegenüber Frauen eine höhere Beteiligung an Hausarbeit berichten. Obwohl der Interaktionseffekt zwischen weiblichen Interviewern und weiblichen Befragten nicht signifikant ist, hat der Koeffizient substanzielle Implikationen. So zeigen Interaktionseffekt und Haupteffekt der weiblichen Interviewer zusammen genommen tendenziell einen negativen Effekt weiblicher Interviewer auf die berichtete Beteiligung an Hausarbeit. Der Effekt unterscheidet sich jedoch nicht signifikant von null.

Die im Modell enthaltenen Kontrollvariablen haben weitestgehend die erwartbaren Effekte. So verrichten Frauen im Schnitt mehr Hausarbeit als Männer. Weiterhin geben verheiratete Männer eine geringere Beteiligung an der Hausarbeit an als unverheiratete. Das umgekehrte Bild zeigt sich für Frauen.

Im Ganzen repliziert die erste Regressionsanalyse weitestgehend den bivariaten Befund. Vor allem Männer sind vom Geschlecht der Interviewer beeinflussbar

und berichten gegenüber Frauen, einen größeren Teil der Hausarbeit zu verrichten als gegenüber Männern. Frauen hingegen zeigen sich nicht signifikant vom Geschlecht der Interviewer beeinflussbar. Damit liefern die bisherigen Ergebnisse weitere Evidenz für Hypothese 1 und 2.

Tabelle 3 OLS-Regression zur Erklärung der Beteiligung an der Hausarbeit

Variablen	β	SE
weibliche Interviewerin (Ref.: männlicher Interviewer)	0,73*	(0,39)
weibliche Befragte (Ref.: männlicher Befragter)	4,15***	(0,57)
weibl. Int. x weibl. Befr.	-0,80	(0,49)
Alter	0,00	(0,01)
HS/RS m. Lehre (Ref.: kein Abschluss/HS/RS oder Lehre)	0,13	(0,35)
Abitur	-0,11	(0,45)
FH/Uni	-0,11	(0,38)
verheiratet (Ref.: Kohabitation)	-1,52***	(0,54)
verheiratet x weibl. Befr.	1,72***	(0,59)
ein Kind im HH (Ref.: kein Kind)	0,22	(0,52)
zwei und mehr Kinder im HH	-0,03	(0,47)
ein Kind im HH x weibl. Befr.	0,44	(0,61)
zwei und mehr Kinder im HH x weibl. Befr.	0,41	(0,57)
Konstante	4,45***	(0,67)
R ²	0,58	
N Befragte	443	
N Interviewer	145	

* $p < 0,1$; *** $p < 0,01$

Im nächsten Schritt wird das bisherige Modell durch mehrere Zweifach- und Dreifachinteraktionen aus Befragtengeschlecht, Interviewergeschlecht und Alter bzw. Bildung des Befragten erweitert (vgl. Tabelle A1 im Appendix). Damit soll getestet werden, ob die Effekte des Interviewergeschlechts – wie theoretisch vorhergesagt – besonders ausgeprägt sind für Personen, die sich egalitären Rollenbildern bewusst sind. In Abbildung 2 ist zunächst der aus diesen Modellen geschätzte marginale Effekt des Interviewergeschlechts nach Befragtenalter getrennt für Männer und Frauen zusammen mit dem 95 %-Konfidenzintervall abgetragen. Es zeigt sich eindeutig, dass jüngere Männer weiblichen Interviewern eine signifikant höhere Beteiligung an der Hausarbeit berichten als männlichen. Der Effekt des Interviewergeschlechts liegt für 20-jährige Männer bei ca. 2 Indexpunkten und nimmt mit steigendem Alter ab. Für Männer ab 50 Jahren bestehen keine signifikanten Unterschiede im Antwortverhalten gegenüber weiblichen und männlichen Interviewern. Zwar deuten die Ergebnisse für weibliche Befragte in jungem Alter

ebenfalls auf den theoretisch zu erwartenden negativen Effekt einer geringeren Angabe der Beteiligung an der Hausarbeit bei weiblichen Interviewern hin. Allerdings unterscheiden sich die Angaben bei männlichen und weiblichen Interviewern für keine Altersgruppe signifikant.

Abbildung 2 Marginaler Effekt weiblicher Interviewer nach Alter der Befragten

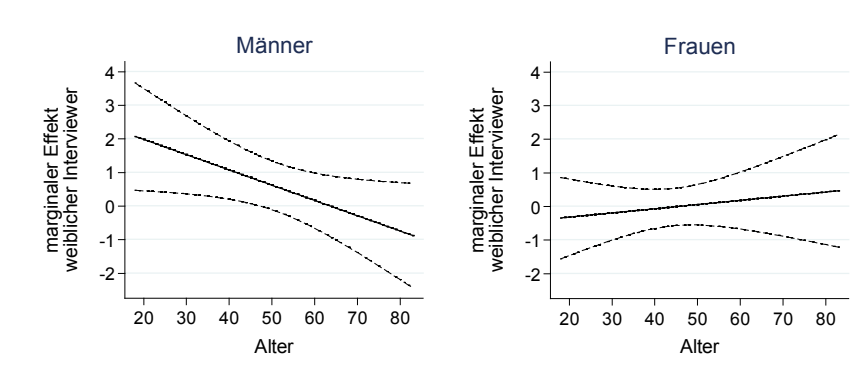
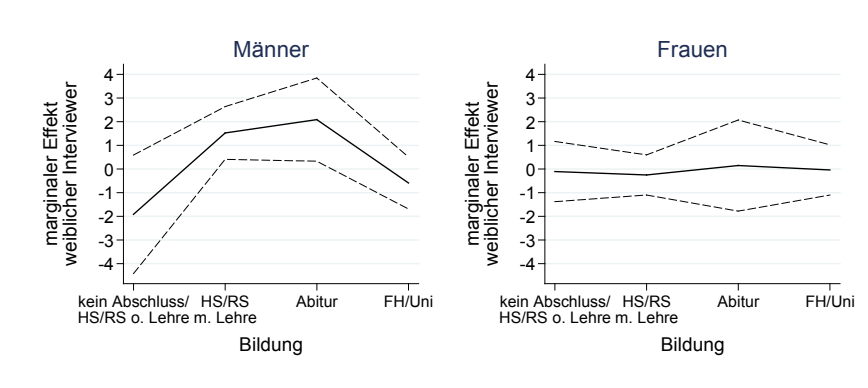


Abbildung 3 Marginaler Effekt weiblicher Interviewer nach Bildung der Befragten



Der Einfluss des Interviewergeschlechts nach der Bildung des Befragten, dargestellt in Abbildung 3, ist auch für Männer weniger deutlich. Für die drei ersten Kategorien zeigt sich zunächst das erwartete Muster eines mit der Bildung ansteigenden positiven Effekts weiblicher Interviewer auf die berichtete Beteiligung an

Hausarbeit. Sowohl Männer, die einem Hauptschul- bzw. Realschulabschluss eine Berufsausbildung angeschlossen haben, als auch Abiturienten berichten weiblichen Interviewern einen signifikant größeren Anteil an der Hausarbeit als männlichen Interviewern, während für Männer mit der geringsten Bildung kein signifikanter Effekt des Interviewergeschlechts besteht. Mit steigender Bildung scheint es somit zu einer höheren Wahrscheinlichkeit von Interviewereffekten zu kommen, da sich diese Männer der gesellschaftlichen Vorstellung einer egalitären Arbeitsteilung bewusst sind, diese aber meist im Haushalt nicht in konkretes Verhalten ummünzen. Dem widerspricht jedoch der Befund für Männer mit Hochschulabschluss, da für diese kein signifikanter Effekt des Interviewergeschlechts auftritt. Eine Erklärung könnte darin bestehen, dass Befragte mit Hochschulabschluss generell eine höhere Kooperationsbereitschaft gegenüber wissenschaftlichen Studien aufweisen. Wie Stocké (2004) zeigen konnte, wirkt eine solche kooperative Rahmung des Interviews Antwortverzerrungen entgegen. Dadurch kann möglicherweise die grundlegend vorhandene Tendenz zu einer Überschätzung der Beteiligung an der Hausarbeit gegenüber Frauen ausgeglichen werden. Diese Hypothese kann hier allerdings nicht getestet werden. Eine weitere Erklärungsmöglichkeit besteht darin, dass Männer mit Hochschulabschluss tatsächlich einen größeren Anteil der Hausarbeit verrichten als Männer der anderen Bildungsgruppen und somit weniger Anreiz haben, ihren Anteil zu überschätzen. Tatsächlich ergeben unsere Analysen, dass Männer mit Hochschulabschluss auch im Gespräch mit Männern eine höhere Beteiligung an Hausarbeit angeben als Männer in den anderen drei Bildungsgruppen (siehe Tabelle A1). Die Unterschiede zu den mittleren beiden Bildungsgruppen sind auf dem 5 %-Niveau signifikant. Da uns kein objektives Maß der Arbeitsteilung zur Verfügung steht, muss jedoch auch dies eine Vermutung bleiben.

Für Frauen zeigt sich abermals kein signifikanter Effekt des Interviewergeschlechts. Auch in der Tendenz unterscheiden sich die Bildungsgruppen nicht bezüglich des Effekts.

Insgesamt bestätigen sich damit die Hypothesen weitestgehend nur für Männer. Diese geben gegenüber weiblichen Interviewern an, mehr Hausarbeit zu verrichten, als gegenüber männlichen Interviewern. Insbesondere jüngere und höher gebildete Männer, von denen wir annehmen, modernere Geschlechterrollenbilder zu vertreten, zeigen dieses Verhalten. Auf die Aussagen von Frauen bezüglich ihrer Beteiligung an Hausarbeit hat das Geschlecht des Interviewers dagegen kaum Auswirkungen. Wie in Hypothese 2 erwartet, scheint der soziale Druck auf Männer größer zu sein, ihre Angaben an die Erwartungen des weiblichen Interviewers anzupassen, als dies für Frauen der Fall ist.

5 Diskussion

An Hand von Daten der Mannheimer Familienstudie 2005, die mit Hilfe von 145 studentischen Interviewern durchgeführt wurde, hat dieser Beitrag den Effekt des Interviewergeschlechts auf die berichtete Beteiligung an häuslicher Arbeit untersucht. Im Mittelpunkt stand dabei insbesondere die Interaktion des Interviewergeschlechts mit dem Geschlecht des Befragten sowie zusätzlich mit den Befragtenmerkmalen Alter und Bildung, welche als Proxy für individuelles Bewusstsein egalitärer Geschlechterrollen in unserer Studie fungieren.

Vor dem Hintergrund einer wachsenden Akzeptanz moderner Geschlechterrollenbilder in der heutigen Gesellschaft bei gleichzeitiger Diskrepanz zwischen erwünschter und tatsächlicher Arbeitsteilung in Partnerschaften wurde auf Basis der Theorie der rationalen Wahl erwartet, dass Männer gegenüber weiblichen Interviewern ihre Beteiligung an der Hausarbeit übertreiben, um den sozial erwünschten Idealen zu entsprechen. Frauen hingegen sollten aus den gleichen theoretischen Gründen bei weiblichen Interviewern ihre Beteiligung an der Hausarbeit unterschätzen. Da moderne Geschlechterrollen vor allem von Männern eine Anpassung ihres Verhaltens im Haushalt fordern, ist der soziale Druck in der Interviewsituation für männliche Befragte größer als für weibliche. Folglich sollten Männer im Vergleich zu Frauen anfälliger für Interviewereffekte des Geschlechts sein. Weiterhin wurden derartige Interviewereffekte vor allem bei solchen Personen erwartet, von denen man annehmen kann, dass sie sich moderner Geschlechterrollen bewusst sind und diese möglicherweise selbst vertreten. Aufgrund ihrer Sozialisation sollte dies vor allem auf jüngere sowie gebildete Befragte zutreffen. Gerade für diese ist der Druck, sozial erwünscht zu antworten, besonders hoch, da in ihrem unmittelbaren Umfeld das Ideal egalitärer Arbeitsteilung am weitesten verbreitet ist, sie dieses in der Realität aber meist noch immer nicht erreichen.

Unsere empirischen Ergebnisse lassen nun darauf schließen, dass diese theoretischen Überlegungen weitestgehend zutreffend sind. Allerdings zeigen sich Frauen in Bezug auf die Frage der Arbeitsteilung in Partnerschaften nicht signifikant vom Geschlecht der Interviewer beeinflussbar. Wie erwartet, ergeben sich besonders für Männer in jüngeren Jahren sowie für höher gebildete Männer ausgeprägte Effekte des Interviewergeschlechts. Einzig Hochschulabsolventen weichen von diesem Muster ab. Möglicherweise ist dies mit einer erhöhten Kooperationsbereitschaft gegenüber wissenschaftlichen Befragungen dieser Personengruppe bzw. mit deren tatsächlich erhöhter Beteiligung an Hausarbeit zu erklären.

Mit den vorliegenden Daten besteht jedoch keine Möglichkeit zu testen, ob die Antworten bei weiblichen Interviewern oder jene bei männlichen Interviewern

näher am „wahren Wert“ liegen. Ohne objektive Messung der Arbeitsteilung ist beispielsweise die Behauptung durchaus zulässig, dass Männer nicht Frauen gegenüber ihre Beteiligung an Hausarbeit überschätzen, sondern diese bei Männern untertreiben. Theoretisch erscheint uns der hier ausführlich beschriebene Mechanismus jedoch plausibler.

Ungeachtet dieser theoretischen Frage zeigt der Beitrag jedoch eindeutig, dass Auskünfte über konkretes Alltagshandeln vom Geschlecht der Interviewer beeinflusst werden. Dies ist erstaunlich, da davon auszugehen ist, dass Befragte ungefähr einschätzen können, in welchem Ausmaß sie sich in Relation zum Partner an der Hausarbeit beteiligen. Somit sollte Befragten durchaus bewusst sein, dass sie nicht den „wahren Wert“ angeben. Interviewereffekte sind darüber hinaus nicht homogen, sondern verschieden stark für spezifische Bevölkerungsgruppen. Dies macht die Identifizierung und noch vielmehr die Korrektur daraus resultierender Antwortverzerrungen weitaus komplizierter, da derartige Interaktionen zuvor stets theoretisch herausgearbeitet werden müssen.

Die Ergebnisse sind auch dahingehend interessant, dass derartig komplexe Interviewereffekte in telefonischen Interviews, in denen die Öffentlichkeit und Sichtbarkeit von Interviewermerkmalen erheblich eingeschränkt sind, auftreten können. Dies liegt womöglich daran, dass das Geschlecht des Interviewers als einziges Merkmal auch in telefonischen Befragungen erkenntlich ist und somit Interviewereffekte des Geschlechts deutlicher hervortreten. Interessant wäre es dennoch, die Ergebnisse zu telefonischen Interviews mit denjenigen aus persönlichen Befragungen zu vergleichen. Hier sind die Verzerrungen möglicherweise noch komplexer, da neben dem Geschlecht noch andere Eigenschaften des Interviewers eine Rolle spielen können. Eventuell sind Interviewereffekte des Geschlechts jedoch schwieriger festzustellen, da sie von Effekten anderer Interviewermerkmale überlagert werden.

Unsere empirische Untersuchung macht darauf aufmerksam, dass bei inhaltlichen Fragestellungen gleich welcher Art stets auch Aspekte des Datenerhebungsprozesses Berücksichtigung finden müssen. Dazu benötigt es aber einerseits eine ausgeprägte Methodenforschung, die etwaige Antwortverzerrungen empirisch herausarbeitet und andererseits eine starke theoretische Herleitung derartiger Verzerrungen. Bei Forschungsfragen zur Arbeitsteilung in Partnerschaften bietet es sich nun vor allem im Rahmen von Robustheitsanalysen an, nach Möglichkeit das Interviewergeschlecht sowie die hier behandelten Interaktionseffekte zu kontrollieren, um Effekte inhaltlicher Variablen von methodischen Artefakten zu trennen.

Nach den vorgestellten Ergebnissen ist mit Blick auf die empirische Forschung im Bereich häuslicher Arbeitsteilung vermehrt vor der Nutzung der hier

verwendeten Indikatoren der Arbeitsteilung zu warnen. Denn selbst berichtete Einschätzungen der relativen Beteiligung an Hausarbeit verstärken möglicherweise das Auftreten von Interviewereffekten. Anders als bei einfachen zeitlichen Auskünften zur eigenen Person ist der Interviewer bei relativen Angaben direkt darüber informiert, ob die Arbeitsteilung egalitär abläuft bzw. welcher Partner den Hauptanteil an der Erledigung der Hausarbeit trägt. Da den Interviewern die Arbeitsteilung in der jeweiligen Partnerschaft unmittelbar offenbart wird, sollte bei relationalen Angaben für Befragte der Anreiz noch größer sein, sozial erwünscht zu antworten. Genauerem Aufschluss zu dieser Frage kann allerdings nur zukünftige Forschung zum Vergleich der Interviewereffekte über die verschiedenen Maße der absoluten und relativen Zeitverwendung bringen.

Literatur

- Argentino, C., M. Aline, C. Kidd und K. Bogart, 1977. The Effects of Experimenter's Sex and Subject's Sex on the Attitudes toward Fraternity, Sorority, and Mixed-dormitory Residents. *Journal of Community Psychology* 5: 186-188.
- Ballou, J. und F. K. DeBoca, 1980. Gender Interaction Effects on Survey Measures in Telephone Interviews. Paper presented at the annual meeting of the American Association of Public Opinion Research, Mason, Ohio.
- Batalova, J. und P. Cohen, 2002. Premarital Cohabitation and Housework: Couples in Cross-National Perspective. *Journal of Marriage and Family* 64: 743-755.
- Braun, M. und J. Scott, 2009. Gender Role Egalitarianism – Is the Trend Reversal Real? *International Journal of Public Opinion Research* 21: 362-367.
- Breen, R. und L. P. Cooke, 2005. The Persistence of the Gendered Division of Domestic Labour. *European Sociological Review* 21: 43-57.
- Brosius, H.-B., N. Mundorf und J. F. Staab, 1991. The Depiction of Sex Roles in American and German Magazine Advertisements. *International Journal of Public Opinion Research* 3: 366-383.
- Diekmann, A., 2004. *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 11. Auflage. Reinbek: Rowohlt.
- Dijkstra, W., 1983. How Interviewer Variance Can Bias the Results of Research on Interviewer Effects. *Quality and Quantity* 17: 179-187.
- Esser, H., 1986. Können Befragte lügen? Zum Konzept des „wahren Wertes“ im Rahmen der handlungstheoretischen Erklärung von Situationseinflüssen bei der Befragung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 38: 314-336.
- Esser, H., 1991. Die Erklärung systematischer Fehler in Interviews: Befragtenverhalten als „Rational Choice“. S. 59-78. in: R. Wittenberg (Hg.): *Person – Situation – Institution – Kultur*. Günter Büschges zum 65. Geburtstag. Berlin: Duncker & Humblot.
- Fuwa, M., 2004. Macro-Level Gender Inequality and the Division of Household Labor in 22 Countries. *American Sociological Review* 69: 751-767.
- Gabler, S. und S. Häder (Hg.). 2002. *Telefonstichproben. Methodische Innovationen und Anwendungen in Deutschland*. Münster u. a.: Waxmann-Verlag.
- Grimes, M. D. und G. L. Hansen, 1984. Response Bias in Sex-Role Attitude Measurement. *Sex Roles* 10: 67-72.
- Groves, R. M., 1989. *Survey Errors and Survey Costs*. New York: Wiley.

- Groves, R. M., F. J. Fowler, M. P. Couper, J. M. Lepkowski, E. Singer und R. Tourangeau, 2004. *Survey Methodology*. Hoboken: Wiley.
- Groves, R. M. und N. H. Fultz, 1985. Gender Effects Among Telephone Interviewers in a Survey of Economic Attitudes. *Sociological Methods and Research* 14: 31-52.
- Grunow, D., F. Schulz und H.-P. Blossfeld, 2007. Was erklärt die Traditionalisierungsprozesse häuslicher Arbeitsteilung im Eheverlauf: soziale Normen oder ökonomische Ressourcen? *Zeitschrift für Soziologie* 36: 162-181.
- Häder, S. und S. Gabler, 1998. Ein neues Stichprobendesign für telefonische Umfragen in Deutschland. S. 43-57 in: Gabler, S., S. Häder und J. H. P. Hoffmeyer-Zlotnik (Hg.): *Telefonstichproben in Deutschland*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Henninger, A., C. Wimbauer und R. Dombrowski, 2008. Demography as a Push toward Gender Equality? Current Reforms of German Family Policy. *Social Politics* 15: 287-314.
- Hochschild, A. und A. Machung, 1989. *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home*. New York: Viking.
- Huddy, L., J. Billig, J. Bracciodieta, L. Hoeffler, P. J. Moynihan und P. Pugliani, 1997. The Effect of Interviewer Gender on the Survey Response. *Political Behaviour* 19: 197-220.
- Johnson, T. P., M. Fendrich, C. Shaligram, A. Garcy und S. Gillespie, 2000. An Evaluation of the Effects of Interviewer Characteristics in an RDD Telephone Survey of Drug Use. *Journal of Drug Issues* 30: 77-102.
- Juster, F. T., H. Ono und F. P. Stafford, 2003. An Assessment of Alternative Measures of Time Use. *Sociological Methodology* 33: 19-54.
- Kane, E. W. und L. J. Macaulay, 1993. Interviewer Gender and Gender Attitudes. *Public Opinion Quarterly* 57: 1-28.
- Lee, Y.-S. und L. J. Waite, 2005. Husbands' and Wives' Time Spent on Housework. A Comparison of Measures. *Journal of Marriage and Family* 67: 328-336.
- Lewin-Epstein, N., H. Stier und M. Braun, 2006. The Division of Household Labor in Germany and Israel. *Journal of Marriage and Family* 68: 1147-1164.
- Lueptow, L. B., S. L. Moser und B. F. Pendleton, 1990. Gender and Response Effects in Telephone Interviews about Gender Characteristics. *Sex Roles* 22: 29-42.
- Mohr, H.-M., 1986. Dritte beim Interview. Ergebnisse zu Indikatoren aus dem Bereich Ehe und Partnerschaft mit Daten des „Wohlfahrtssurvey 1984“. *ZA-Information* 19: 52-71. http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/zeitschriften/za_information/ZA-Info-19.pdf (14.10.2010).
- Press, J. E. und E. Townsley, 1998. Wives' and Husbands' Housework Reporting: Gender, Class, and Social Desirability. *Gender and Society* 12: 188-218.
- Reinecke, J., 1991. Interviewer- und Befragtenverhalten. Theoretische Ansätze und methodische Konzepte. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sayer, L. C., 2005. Gender, Time and Inequality: Trends in Women's and Men's Paid Work, Unpaid Work and Free Time. *Social Forces* 84: 285-303.
- Schejbal, J. A., H. Sachs und P. J. Lavrakas, 1993. "Hello, do you remember us?": What Respondents Remember about the Interview. Paper presented at the Annual Meeting of the Midwest Association for Public Opinion Research. Chicago.
- Schulz, F. und H.-P. Blossfeld, 2006. Wie verändert sich die häusliche Arbeitsteilung im Eheverlauf? Eine Längsschnittstudie der ersten 14 Ehejahre in Westdeutschland. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 58: 23-49.
- Scott, J., D. F. Alwin und M. Braun, 1996. Generational Changes in Gender-Role Attitudes: Britain in a Cross-National Perspective. *Sociology* 30: 471-492.
- Steinkopf, L., G. Bauer und H. Best, 2010. Nonresponse und Interviewer-Erfolg im Telefoninterview. Empirische Untersuchungen zum Einfluss stimmlicher Eigenschaften der Interviewer. *Methoden – Daten – Analysen*, 4 (1): 3-26. http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/zeitschriften/mda/Vol.4_Heft_1/01_Best.pdf (14.10.2010).

- Stocké, V., 2004. Entstehungsbedingungen von Antwortverzerrungen durch soziale Erwünschtheit. Ein Vergleich der Prognosen der Rational-Choice Theorie und des Modells der Frame-Selektion. *Zeitschrift für Soziologie* 33: 303-320.
- Sullivan, G. L., P. J. O'Connor, 1988. Women's Role Portrayals in Magazine Advertising: 1958-1983. *Sex Roles* 18: 181-188.
- van der Lippe, T., J. de Ruijter, E. de Ruijter und W. Raub, 2010. Persistent Inequalities in Time Use between Men and Women. *European Sociological Review: Advance Access*. <http://esr.oxfordjournals.org/content/early/2010/01/19/esr.jcp066.full.pdf+html> (14.10.2010).
- van Snippenburg, L. B., M. Ter Voert und J. Janssen, 1990. Social Positions of Women and Sex-Role Attitudes: Differences between Women in the Netherlands in the Eighties. *European Sociological Review* 6: 275-284.
- Weidmann, C., P. Schmich und S. Schiller-Born, 2008. Der Einfluss von Kontrollüberzeugungen der Interviewer auf die Teilnahme an telefonischen Befragungen. *Methoden – Daten – Analysen* 2 (2): 125-147. http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/zeitschriften/mda/Vol.2_Heft_2/04_Schmich.pdf (14.10.2010).
- Wilcox, C., 1991. Support for Gender Equality in West Europe. A Longitudinal Analysis. *European Journal of Political Research* 20: 127-147.

Anschrift der Autoren

Markus Klein
Mannheimer Zentrum für Europäische
Sozialforschung (MZES)
Universität Mannheim
A5, 6
68131 Mannheim
Markus.Klein@mzes.uni-mannheim.de

Michael Kühhirt
Mannheimer Zentrum für Europäische
Sozialforschung (MZES)
Universität Mannheim
Parkring 47
68131 Mannheim
Michael.Kuehhirt@mzes.uni-mannheim.de

Appendix

Tabelle A1 OLS-Regression zur Interaktion zwischen Geschlecht, Interviewergeschlecht und Alter bzw. Bildung

Variablen	Modell Alter	Modell Bildung
weibliche Interviewerin (Ref.: männlicher Interviewer)	2,88** (1,17)	-1,91 (1,27)
weibliche Befragte (Ref.: männlicher Befragter)	2,31* (1,34)	4,63*** (1,16)
weibl. Int. x weibl. Befr.	-3,46** (1,62)	1,81 (1,38)
weibl. Int. x weibl. Befr. x Alter	0,06* (0,03)	
weibl. Int. x Alter	-0,05** (0,02)	
weibl. Befr. x Alter	0,05* (0,03)	
weibl. Int. x weibl. Befr. x HS/RS m. Lehre		-3,58** (1,43)
weibl. Int. x weibl. Befr. x Abitur		-3,75* (1,91)
weibl. Int. x weibl. Befr. x FH/Uni		-1,25 (1,54)
weibl. Int. x HS/RS m. Lehre		3,44** (1,37)
weibl. Int. x Abitur		4,00*** (1,53)
weibl. Int. x FH/Uni		1,32 (1,33)
weibl. Befr. x HS/RS m. Lehre		0,95 (1,02)
weibl. Befr. x Abitur		0,02 (1,47)
weibl. Befr. x FH/Uni		-2,16* (1,22)
Alter	-0,01 (0,02)	0,00 (0,01)
HS/RS m. Lehre (Ref.: kein Abschluss/HS/RS o. Lehre)	0,18 (0,35)	-0,79 (1,07)
Abitur	-0,10 (0,43)	-0,75 (1,24)
FH/Uni	0,06 (0,39)	1,16 (1,07)
verheiratet (Ref.: Kohabitation)	-0,77 (0,60)	-1,33** (0,54)
verheiratet x weibl. Befr.	0,40 (0,69)	1,42** (0,58)
ein Kind im HH (Ref.: kein Kind)	-0,38 (0,51)	0,10 (0,51)
zwei und mehr Kinder im HH	-0,76 (0,52)	0,24 (0,45)
ein Kind im HH x weibl. Befr.	1,58** (0,62)	0,59 (0,62)
zwei und mehr Kinder im HH x weibl. Befr.	1,68** (0,66)	0,18 (0,56)
Konstante	4,69*** (1,11)	4,41*** (1,15)
N Befragte	443	443
N Interviewer	145	145
R ²	0,61	0,60

* $p < 0,1$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$; Standardfehler in Klammern