

## Über die Teilnahme an Befragungen

Esser, Hartmut

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:

Esser, H. (1986). Über die Teilnahme an Befragungen. *ZUMA Nachrichten*, 10(18), 38-47. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-210300>

### 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.

## Über die Teilnahme an Befragungen

### 1. Die Teilnahme an der Befragung als Erklärungsproblem

Wie in zahlreichen anderen Gebieten der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre zur Datenerhebung ist bislang das Wissen über Regelmäßigkeiten und Bedingungen der Teilnahme an Befragungen nicht sehr systematisch. Einige etwas stabilere empirische Trends lassen sich beobachten: Bei Befragungen fehlen (aus unterschiedlichen Gründen) üblicherweise marginale, "extreme" und "abweichende" bzw. "unkonventionelle" Populationsteile, Personen sowohl aus über- wie unterprivilegierten Lebenslagen sowie solche, die aus eher grundsätzlichen Erwägungen eine Beteiligung an Umfragen (einschließlich solcher der amtlichen Statistik) ablehnen.

Andererseits weiß man, daß es den "grundsätzlichen" Verweigerer kaum gibt: Je nach Thema, Gestaltung des Instrumentes, nach Erscheinung und Verhalten des Interviewers, nach vermutetem Auftraggeber und Verwendung der Daten nehmen unterschiedlich umfangreiche und unterschiedlich strukturierte Teile der Zielauswahl an einer Befragung nicht teil. Darüber und über Maßnahmen zur Ausschöpfung von Auswahlen gibt es inzwischen eine recht gut ausgebaute "Kunstlehre", nicht jedoch eine Theorie, die die verschiedenen Einflüsse erklären könnte (vgl. dazu die Übersicht bei Schnell, 1985).

Im folgenden sollen auf der Grundlage einer Skizze einer solchen theoretischen Erklärung einige Faktoren zur Erklärung des Teilnahmeverhaltens benannt und vor diesem Hintergrund dann eine (theoretisch begründete) Abschätzung der Auswirkung von Variationen in den Befragungsumständen (insbesondere einer betonten "Freiwilligkeit" der Teilnahme) vorgenommen werden.

### 2. Teilnahme als "Entscheidung"

Die folgenden Überlegungen beruhen auf der Annahme, daß die Teilnahme an einer Befragung im Prinzip wie jedes andere Handeln als Entscheidung zwischen Alternativen zu erklären ist. Menschen entscheiden sich (in einer bestimmten Situation) dann für eine bestimmte Alternative, wenn der "Nutzen" dafür - verglichen mit anderen Handlungsmöglichkeiten - relativ höher als die damit verbundenen "Kosten" ist. Wann ist dies in bezug auf die Teilnah-

# ZUMA

---

me an einer Befragung der Fall? Dies wird dann gegeben sein, wenn die Teilnahme mit bestimmten Interessen des Befragten verbunden ist. Dazu mögen die Erfüllung einer Höflichkeitsnorm einem Fremden gegenüber, die Loyalität zu einer öffentlichen Einrichtung, "Unterstützung der Wissenschaft", aber auch die Abwechslung einer neuartigen Erfahrung zählen. Andererseits kann man den "Nutzen" einer Verweigerung aus der Konformität zu gewissen Normen einer bestimmten Bezugsgruppe, der grundsätzlichen Abneigung gegen Sozialforschung, "Quantifizierung" und statistischer Vermessung, der kritischen Distanz zu staatlichen und wissenschaftlichen Institutionen u.a. beziehen. Die Kosten einer Teilnahme mögen durch so alltägliche Dinge wie Zeitknappheit, die Attraktivität einer alternativen Verwendung von Zeit, aber auch durch den sonstigen objektiven Aufwand einer Befragung bedingt sein. Kosten der Nicht-Teilnahme gibt es in der Regel nicht, wenn man einmal von der Verletzung der o.a. Höflichkeitsnormen absieht und auch den Fall nicht weiter beachtet, daß z.B. Ordnungsstrafen (wie gelegentlich bei Erhebungen der amtlichen Statistik) angedroht sind.

Wie die o.a. abstrakten Größen empirisch verteilt sind, ist für die Erklärung des konkreten Verhaltens entscheidend. Wichtig ist v.a., daß im allgemeinen sowohl die Nutzen- wie die Kostenaspekte nur gering ausgeprägt sind, und daß von daher die Entscheidung zur Teilnahme meist aus einer Art von Indifferenz heraus erfolgt. Wie üblich bei Indifferenzen spielen dann auch relativ periphere und zufällige Faktoren eine Rolle: die Art des Anschreibens, die "Stimmung", das Thema, der Zeitpunkt, v.a. aber das Geschick des Interviewers, in der Situation eine spezielle Motivation herzustellen. Schon von daher wird verständlich, daß die Variabilität des Teilnahmeverhaltens über Befragte, Instrumente und Situationsumstände hinweg üblicherweise sehr groß ist und daß durch gezielte Maßnahmen hier beträchtlicher Einfluß möglich ist.

Andererseits gibt es spezielle Konstellationen und Teilpopulationen, in denen diese Variabilität deutlich geringer ist. Dies ist v.a. dann der Fall, wenn die Teilnahme bzw. die Verweigerung selbst mit einer starken speziellen Motivation als Handlung verbunden bzw. in einem eindeutigen kulturellen Milieu normativ verankert ist einerseits; und wenn andererseits die "Bilanz" des Befragten für eine Teilnahme eindeutig (positiv oder negativ) ist - sei es, daß er ein deutliches eigenes Interesse damit verbindet, sei es,

daß die "Kosten" - wie z.B. Befürchtungen über Konsequenzen, Angst vor Fremden und sonstige Bedrohungen - einen hohen Wert aufweisen. In diesen Fällen liegt keine Inkonsistenz vor. Anders gesagt: Alle Möglichkeiten, zur Teilnahme zu "motivieren" einerseits, aber auch alle die geringeren Kosten (wie z.B. Zeitmangel) andererseits, vermögen die derart stark verankerte Grundmotivation nicht zu beeinflussen. In diesen Fällen läßt sich durch die Veränderung des Instrumentes, durch bestimmte "Angebote" zur Erhöhung der Akzeptanz des Unternehmens, durch Werbekampagnen und eine bessere Schulung der Interviewer nur wenig erreichen (siehe auch weiter unten dazu).

### 3. Spezielle Bedingungen

Im folgenden seien vor dem Hintergrund der o.a. allgemeinen Überlegungen kurz einige spezielle Bedingungen und Aspekte des Teilnahmeverhaltens benannt. Dazu seien grob die Aspekte des Befragten, des Interviewers und des Instrumentes unterschieden (obgleich alle drei Aspekte im konkreten Fall in enger Interaktion zueinander stehen).

#### 3.1 Der Befragte

Die für das Teilnahmeverhalten bedeutsamen motivationalen Aspekte lassen sich in drei Bereiche weiter untergliedern: Ein allgemeines Interesse an öffentlichen Vorgängen gegenüber einem ebenso generellen "Disengagement" in diesen Angelegenheiten; die überproportionale Verweigerung von älteren Personen, Frauen und Personen mit geringer Bildung erklärt sich so. Zweitens das spezielle Interesse an dem jeweiligen Fragethema, der Untersuchungsinstitution und der sonstigen sozialen oder politischen Einbindung der Befragung (sofern erkennbar). Auf diese Weise läßt sich erklären, daß derzeit z.B. Umfragen zu Umweltproblemen in umweltbelasteten Gebieten nahezu nicht mit Teilnahmeproblemen zu kämpfen haben, solche mit Themen wie "Probleme des Sozialstaates" aber schon von der Unattraktivität der Fragestellung her in besonderem Maße. Bei speziellem Interesse wird meist auch ein ansonsten bestehendes Disengagement für diese Befragung suspendiert. Schließlich existieren wertrational geprägte grundsätzliche Abneigungen gegen die Beteiligung an Umfragen, die sich insbesondere bei Elitenstudien und bei (politisierten) Erhebungen der amtlichen Statistik bemerkbar machen. Grundsätzliche Vorlieben für Befragungen scheint dagegen kaum jemand zu besitzen.

# ZUMA

---

Die Kosten einer Teilnahme lassen sich in Opportunitäts- und in Transaktionskosten unterscheiden. Die Opportunitätskosten sind der Nutzen der jeweils nicht gewählten Alternative: andere Verpflichtungen und Vorlieben. Wichtiger erscheinen die Transaktionskosten für den Befragten: Unsicherheiten im Umgang mit fremdartigen Situationen, Verständigungsprobleme und Befürchtungen. Zu diesen Befürchtungen sind insbesondere alle Folgen einer Deanonymisierung der Befragungsergebnisse zu zählen. Hat der Befragte keinen Grund zu derartigen Befürchtungen - durch "Vertrauen" in die Zusicherungen des Interviewers, durch Kenntnis von und Vertrauen in die gesetzlichen Bestimmungen, wegen der (subjektiven) Irrelevanz der erfragten Sachverhalte - dann spielen nur die o.a. motivationalen Aspekte eine Rolle. Treffen stark ausgeprägte Deanonymitätsbefürchtungen auf die o.a. wertrational geprägte Ablehnungsmotivation, dann ist eine Teilnahme nahezu ausgeschlossen.

Insgesamt ist festzuhalten: Bei geringer Motivation zur Teilnahme wie zu einer Verweigerung werden auch relativ periphere Kostenaspekte bedeutsam. Andererseits werden dann auch spezielle Anreize wie das Thema, der Appell an gewisse Loyalitäten und Höflichkeiten u.a. zentral. Sind die Motivationen (bzw. die Kosten und Befürchtungen) zu Teilnahme bzw. Verweigerung stark ausgeprägt und z.B. durch ihre kulturelle Verankerung in alltäglichen Orientierungen sehr stabil, dann haben auch Versuche zur Umstimmung und spezielle Anreize keine besonderen Auswirkungen.

## 3.2 Der Interviewer

Bei allen den Befragten, für die die Teilnahme bzw. Verweigerung keine prinzipielle Angelegenheit sind, ist das Verhalten des Interviewers von entscheidender Bedeutung. Von seinem Geschick hängt es ab, die oftmals nur notwendigen minimalen Anreize zur Teilnahme zu schaffen bzw. die auch oft nur diffusen Befürchtungen durch eine gewisse "soziale Intelligenz" zu zerstreuen. Leider gibt es kein Verfahren zur Auswahl "guter" Interviewer. Man kann nur in der Feldarbeit selbst feststellen, welche Interviewer überproportional häufig Verweigerungen erhalten. Dabei spielen allerdings auch Faktoren wie bestimmte Alters- und Geschlechtskonstellationen eine Rolle; jedoch auch die Erfahrung des Interviewers, seine Motivation, eine Befragung auch erfolgreich abzuwickeln, Kleidung und sonstiges Aussehen. Darin mag begründet sein, daß üblicherweise die Institute Studenten nur ungern einsetzen, eher jedoch Frauen mittleren Alters. Von einiger Bedeutung ist

# ZUMA

---

selbstverständlich auch die Bezahlung, die weder zu niedrig noch zu hoch sein sollte, da es dann jeweils zu einer geringeren Motivation kommt, auf den Einzelfall interessiert und flexibel zu reagieren. Durch eine sorgfältige Schulung, Auswahl und Steuerung der Interviewer lassen sich die Verweigerungsraten beträchtlich eingrenzen. Bewährt hat sich auch der Einsatz von "Spezialisten" zur Umstimmung von Personen, die zunächst verweigert hatten. Dennoch ist davon auszugehen, daß es hier - zumindest im kommerziellen Bereich - Grenzen von Aufwand und Ertrag gibt. Und weiterhin muß beachtet werden, daß eine hohe Ausschöpfung keineswegs immer die Datenqualität steigert: Befragte, die nur mit Mühe zu einer Befragung zu bewegen sind, dürften dem Bild des "idealen Befragten", der kompetent, bereitwillig und "wahrheitsgemäß" antwortet, nicht sehr nahe kommen. Von daher kann es bei hohen erzwungenen Ausschöpfungen, z.B. durch besonderen Interviewereinsatz, durchaus zu stärkeren Verzerrungen im schließlich erhaltenen Datensatz kommen als bei Ist-Auswahlen, die lediglich durch moderate Ansprache der indifferenten Personen zustande gekommen sind und zahlenmäßig nur eine relativ geringe Ausschöpfung aufweisen.

### 3.3 Das Instrument

Für die Bereitwilligkeit zur Teilnahme ist schließlich das Erhebungsinstrument selbst von hoher Bedeutung. Einmal ist durch die Art des Forschungskontaktes (schriftlich, telefonisch, mündlich) und die dadurch bewirkte unterschiedliche Unmittelbarkeit des Kontaktes der situational erzeugte informelle Druck zur Teilnahme sehr verschieden: Schriftliche Befragungen weisen in aller Regel (und ceteris paribus) geringere Ausschöpfungen auf als telefonische und mündliche Befragungen. Ob telefonische oder mündliche Befragungen die höheren Ausschöpfungen erzielen, ist noch nicht eindeutig geklärt; es scheint sich anzudeuten, daß ein "Mix" von Anschreiben, telefonischem Vorkontakt und mündlichem Interview zu befriedigenden Ergebnissen (jedoch nie: zu totaler Ausschöpfung) führt.

Zweitens spielen die mit dem Instrument (Anschreiben, Cover, Ansprache) dem Befragten vermittelten Informationen über die Umstände, Zielsetzungen und evtl. Verwendung der Befragung eine wichtige Rolle. Hieraus können sich die - wie gesagt: oft nur in minimaler Weise erforderlichen - selektiven Anreize bzw. Kostenbefürchtungen ergeben. Wichtig ist bei allen diesen Maßnahmen, daß sie beim Befragten eine - freilich nicht einklagbare - Verpflichtung

tung (durch Einsicht in die Nützlichkeit, Bedeutung und Notwendigkeit der Sache, durch Appell an eine persönliche Verantwortung u.a.) erzeugen. Dies wird als bewußte Strategie insbesondere bei den Versuchen zur Erhöhung der Ausschöpfung bei schriftlichen Umfragen eingesetzt (vgl. Hippler, 1985). Der erkennbare Bezug zu einem angesehenen und vertrauenserweckenden "sponsor" der Untersuchung ist dabei gelegentlich sehr hilfreich. Bekannt ist, daß z.B. wissenschaftliche Institutionen und öffentliche Einrichtungen (im Falle der o.a. Indifferenz des Befragten) eher zur Teilnahme motivieren als z.B. Unternehmen, deren kommerzieller Charakter deutlich wird (die diesen Nachteil allerdings auch eher wieder durch andere Maßnahmen wie Layout, Druckqualität, Interviewereinsatz kompensieren können). Der "amtliche" Charakter bestimmter Umfragen dürfte (über den Appell an eine "Staatsbürgerrolle") ebenfalls zu diesen selektiven Anreizen bei bestimmten Populationsanteilen beitragen. Andererseits ist davon auszugehen, daß jede "Entpflichtung" des Befragten dazu führt, daß er bei Indifferenz diese selektiven Anreize nicht wahrnimmt und dann auch eher die Teilnahme verweigert bzw. kein Interesse hat, das dann die anderen Mühen überwäge. Wenig dürfte im Falle der Indifferenz durch Informationen über die Anonymität der Daten zu gewinnen sein: Bei Indifferenz ist es dem Befragten i.d.R. gleichgültig, was mit dem Interview geschieht. Erst bei speziellen "bedrohlichen", tabuisierten, "unangenehmen" oder auch "sozial erwünschten" Fragen und Themen (wie z.B. Drogenkonsum, Sexualverhalten, Einkommen, Hilfeleistungen) ist mit einer gewissen Änderung des Teilnahmeverhaltens zu rechnen. Meist werden hier jedoch eher bloß Teilausfälle und keine Gesamtverweigerungen eintreten.

Insgesamt läßt sich festhalten, daß auch über das Instrument, das Anschreiben, das Layout, Frageinhalt und Frageabfolge dem Befragten Informationen und selektive Anreize bzw. Befürchtungen signalisiert werden, die im Falle der (üblichen) Indifferenz das Teilnahmeverhalten deutlich beeinflussen. Bei der - selteneren - Wertrationalität der Teilnahme bzw. Verweigerung und auch bei massiven Datenschutzbefürchtungen sind indessen auch die Einflüsse des Instrumentes deutlich geringer.

#### 4. Auswirkungen der "Entpflichtung" des Befragten

In der gegenwärtigen Diskussion um Probleme der Datenerhebung in der amtlichen Statistik spielt die Frage eine gewisse Rolle, ob durch das Angebot "milderer" Formen der Befragung bzw. durch eine ausdrücklich betonte Frei-

# ZUMA

---

willigkeit Auswirkungen auf den erhaltenen Datensatz zu erwarten sind oder nicht. Auf der Grundlage der o.a. theoretischen Argumente lassen sich nun einige - empirisch prüfbare - spezifische Hypothesen benennen.

Folgt man der o.a. Argumentation, daß man es im wesentlichen mit zwei typisch unterschiedlichen Situationen zu tun hat (Indifferenz vs. vorgängig eindeutige Entscheidung aus "Wertrationalität" oder anderen massiven Gründen), dann läßt sich vermuten, daß im Falle der "wertrational" begründeten Teilnahme bzw. Verweigerung bzw. bei sonstigen massiven Motiven oder Bedenken (z.B. über eine weitere Verwendung der als bedeutsam empfundenen Daten) durch spezielle Maßnahmen (Interviewereinsatz, Instrumentenvariation, Öffentlichkeitskampagnen u.a.) wenig bewirkt wird. Je nach vorheriger Einstellung erfolgt unabhängig von den Umständen eine Teilnahme oder eine Verweigerung.

Dies ist anders im - weitaus mehr verbreiteten - Fall der Indifferenz. Schon geringfügige Änderungen in den selektiven Anreizen haben drastische Auswirkungen. Dazu gehören v.a. der Interviewereinsatz, Inhalt und Gestalt der Kontaktaufnahme, aber auch die Signalisierung einer gewissen "Verpflichtung" des Befragten, an einem sinnvollen Unternehmen mitzuwirken. Ceteris paribus dürfte eine - zumal: betonte - Entpflichtung eine deutliche Erhöhung der Nicht-Teilnahme bei den indifferenten Gruppen bewirken (sofern dieser Effekt nicht durch Maßnahmen anderer Art kompensiert wird).

Im Falle der Nichtteilnahme aus Datenschutzbedenken dürfte eine "Freiwilligkeit" der Teilnahme ebenfalls - ähnlich wie bei der wertrationalen Verweigerung - keinerlei Auswirkungen haben. Unangesehen möglicher weiterer Motivlagen (z.B. einer Kombination von wertrationaler Ablehnung und der Vermutung von Datenschutzproblemen) ist in diesen Fällen eine Teilnahme dieser Personen nur durch eine glaubhafte, d.h. durch gesetzliche Maßnahmen abgesicherte und auch im öffentlichen Klima glaubwürdig gemachte Anonymisierung der Angaben zu gewinnen.

Welche Auswirkungen wären für die erhaltenen Daten zu erwarten? Es ist mit zwei Effekten zu rechnen (sofern die o.a. Annahmen über Ursachen des Teilnahmeverhaltens zutreffen). Erstens wird durch das "Angebot" der Freiwilligkeit keine Änderung der (Nicht-)Teilnahme aus den genannten wertrational-

# ZUMA

---

len Gründen erfolgen. Das "Angebot" der Freiwilligkeit stellt aller Wahrscheinlichkeit nach keinerlei motivationale Grundlage für die Teilnahme an einer Sache dar, der man aus grundsätzlichen Erwägungen heraus nichts abgewinnen kann. Allenfalls wäre zu erwarten, daß dieses Angebot die "opinion leaders" des einen oder anderen Interessen-Milieus so pazifiziert, daß eine Politisierung des Vorgangs unterbleibt und damit andere, an diesen Milieus orientierte Populationsteile (noch) in der Indifferenz verbleiben. Bei tatsächlich wertrationalen Überzeugungen bzw. bei Vorliegen massiver objektiver sachlicher Gründe, dürfte damit jedoch nicht zu rechnen sein. Die Folge ist, daß der zuvor erfolgte Ausfall dieses Personenkreises nun auch weiterhin stattfinden wird. Daher werden v.a. jüngere Personen, solche mit höherer Bildung, bestimmten politischen Orientierungen und Intellektuelle unterrepräsentiert bleiben.

Zweitens ist nun aber damit zu rechnen, daß durch die (deutlich erkennbare und vermittelte) Freiwilligkeit ein wichtiger Aspekt der bei Indifferenz wichtigen selektiven Anreize entfällt: die Verpflichtung über eine Befragtenrolle, Alltagshöflichkeit oder gar die Staatsbürgerrolle (bis hin zur Untermauerung dieser Verpflichtung durch eine gewisse Sanktionsandrohung bei Nicht-Teilnahme). Die Folge ist nun, daß - anders als zuvor! - nunmehr überproportional die Personengruppen ausfallen, bei denen die Transaktionskosten der Teilnahme relativ hoch sind und die zuvor nur über diese Verpflichtungen zu gewinnen waren: Ältere Personen, insbesondere Frauen, Personen mit geringerer Bildung, marginale Gruppen.

Der Effekt eines deutlichen Angebots der Freiwilligkeit wäre damit die Verstärkung einer ohnehin bei Umfragen bestehenden Tendenz: die oberen und unteren sozialen Schichten unter- und die mittleren Schichten überzurepräsentieren. Bezogen auf Erhebungen der amtlichen Statistik würde damit die gleiche Verzerrung gewissermaßen institutionalisiert, mit der gegenwärtig bereits die üblichen Umfragen der empirischen Sozialforschung (aus z.T. noch anderen Gründen wie der tatsächlichen Stichprobengewinnung) zu kämpfen haben: der sog. Mittelstands-Bias. Dies ist keineswegs eine neue Vermutung: "Nach allen Ergebnissen zu den Regelmäßigkeiten der Rollenübernahme (bei der Befragung; H.E.) wird die Oberrepräsentation der Populationsteile, die mit sozialen und ökonomischen Ressourcen ausgestattet sind, in den Daten empirischer Sozialforschung überdeutlich. Diese Tendenz ist dabei umso

# ZUMA

---

stärker, je weniger auf die faktische Durchsetzung der Prinzipien der Zufallsauswahl geachtet wird, d.h. je stärker der Anteil selbständiger Kooperationsentscheidung... beim Befragten ist; in dieser Reihenfolge: persönliches Interview auf Adressenbasis, Quotenauswahl, schriftliche Befragung, freiwillige Teilnahme" (Esser, 1975:256). Daran hat sich bis heute nichts geändert.

Ob sich aus dieser doppelten Selektivität der Nicht-Teilnahme bei deutlich gemachter "Freiwilligkeit" eine in den Randverteilungen bzw. Merkmalszusammenhängen sichtbare Verzerrung ergibt, hängt freilich auch davon ab, ob andere Ausfallursachen (wie die Nichterreichbarkeit jüngerer, mobilerer, alleinstehender Personen bzw. Familien mit beiderseitiger Berufstätigkeit u.a.) für eine "Korrektur" in den statistischen Kennziffern sorgen. In keinem Fall kann eine solche Selbstkorrektur der unterschiedlichen Ausfallursachen die Problematik suspendieren: daß bedeutsame Teilpopulationen in den Ist-Auswahlen unterrepräsentiert werden. Dies wirkt sich immer dann aus, wenn bestimmte latente Variablen (die theoretisch meist besonders interessieren), mit dem Ausfallmechanismus korrelieren. Schon von daher sollten sich Analysen von Verzerrungen nicht auf die üblichen standarddemographischen Variablen beschränken.

Ob diese Verzerrungen im Einzelfall auf andere Weise korrigiert werden können oder ob sie überhaupt von Belang sind, hängt nicht zuletzt von der speziellen Funktion der Untersuchung ab. Da Randverteilungen für solche Verzerrungen i.d.R. anfälliger sind als Variablenbeziehungen, dürften in erster Linie als Eich-Instrumente gedachte Erhebungen der amtlichen Statistik wie Wahlumfragen in ihren Funktionen beeinträchtigt sein. Schlüssig lassen sich diese Fragen indessen nur empirisch beantworten. Zu solchen - geplanten oder laufenden - Untersuchungen sollte der Beitrag einige theoretisch begründete und in der Literatur bereits länger dokumentierte Hinweise (vgl. z.B. die Übersicht bei Esser, 1974) geben.

Der Beitrag wurde von Hartmut Esser verfaßt.

# ZUMA

---

## Literatur

- Esser, H., 1974: Der Befragte. S.104-145 in: J. von Koolwijk und M. Wieken-Mayser (Hrsg.), Techniken der Empirischen Sozialforschung, Band 4: Datenerhebung. München: Oldenbourg.
- Esser, H., 1975: Soziale Regelmäßigkeiten des Befragtenverhaltens. Meisenheim: Anton Hain.
- Hippler, H.-J., 1985: Schriftliche Befragung bei allgemeinen Bevölkerungstichproben - Untersuchungen zur Dillmanschen "Total Design Method". Zumanachrichten 16:39-56.
- Schnell, R., 1985: Regelmäßigkeiten des Teilnahmeverhaltens bei sozialwissenschaftlichen Befragungen. Unv. Manuskript, Essen.