

Design und Feldphase des Mini-Panels

Brüderl, Josef; Castiglioni, Laura; Krieger, Ulrich; Pforr, Klaus

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Brüderl, J., Castiglioni, L., Krieger, U., & Pforr, K. (2008). Design und Feldphase des Mini-Panels. In M. Feldhaus, & J. Huinink (Hrsg.), *Neuere Entwicklungen in der Beziehungs- und Familienforschung: Vorstudien zum Beziehungs- und Familienentwicklungspanel (PAIRFAM)* (S. 45-73). Würzburg: Ergon Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-456580>

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.

Design und Feldphase des Mini-Panels

Josef Brüderl, Laura Castiglioni, Ulrich Krieger, Klaus Pferr

I. Einleitung

Das Ziel der deutschen „Panel Study of Intimate Relationships and Family Dynamics (PAIRFAM)“ besteht in der Untersuchung der Beziehungs- und Familienentwicklung auf Basis eines wiederholten Surveys (Panel). Durch eine multidisziplinäre Perspektive soll ein besseres Verständnis der für Familienentwicklungen relevanten Entscheidungsprozesse erlangt werden. Die im Rahmen des PAIRFAM-Projektes involvierten Disziplinen sind Soziologie, Psychologie, Demographie und Ökonomie. Die inhaltlichen Schwerpunkte des Forschungsprogramms liegen auf der Gründung und Aufrechterhaltung von Beziehungen, dem Timing der Geburt des ersten Kindes und dem Abstand zur Geburt des zweiten Kindes, der Aufrechterhaltung intergenerationaler Beziehungen sowie der Stabilität von Beziehungen. Zwischen 2004 und 2006 führte PAIRFAM eine dreiwellige Pilotstudie („Mini-Panel“) mit etwa 600 Befragten durch. Das vorliegende Papier beschreibt das Design and fasst die Feldphase des Mini-Panels zusammen.

II. Design des Mini-Panels: Ein Überblick

Das Mini-Panel (MP) ist eine drei Wellen umfassende Panelstudie über Partnerschaft und Familienprozesse. Es handelt sich dabei um eine kleine Pilotstudie für das für 2008 geplante deutschlandweite Familienpanel – daher der Name „Mini“-Panel. Dennoch umfasst das MP Informationen von etwa 600 Befragten und liefert somit eine wertvolle Basis für die Familienforschung. Die Interviews wurden in Abständen von jeweils sechs Monaten durchgeführt (September – Dezember 2005, März – Juni 2006, September 2006 – Januar 2007).

Die Zielgröße des MP waren 600 Befragte, jeweils 150 aus vier deutschen Städten: Bremen, Chemnitz, Mannheim und München. Diese vier Städte wurden deshalb ausgewählt, da die gesamte Feldarbeit durch Mitglieder des PAIRFAM-Teams, das in diesen Städten angesiedelt ist, durchgeführt wurde. Somit ist das MP nicht für ganz Deutschland, sondern nur für diese vier Städte repräsentativ. Allerdings repräsentieren die Befragungsorte unterschiedliche Gebiete Deutschlands. Bremen ist eine alte hanseatische Stadt im Norden, Mannheim eine Industriestadt im Südwesten, München hat sich in den letzten Jahrzehnten als High-Tech-Zentrum im Süden etabliert und Chemnitz ist eine Stadt mittlerer Größe im Osten Deutschlands.

Das MP folgt einem Kohortendesign mit drei Altersgruppen: 15-17, 25-27 und 35-37 Jahre. Für jede Kohorte wurde ein Minimum von 200 Befragten angepeilt. Die jüngste Kohorte ist in einem Alter, in dem Partnerschaftsprozesse beginnen, die beiden älteren Kohorten wurden einbezogen, um von Beginn an Familienprozesse im mittleren Alter untersuchen zu können.

Eine besondere Eigenschaft des Mini-Panels ist sein Multi-Actor-Design. Neben den Hauptbefragten (Ankerpersonen) wurden auch – sofern vorhanden – ihre Partner, Eltern, eines ihrer Kinder und Personen aus ihrem sozialen Netzwerk (Alteri) befragt. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die verwendeten Instrumente. In der ersten Welle (W1) wurden die Anker mit Hilfe eines computer-gestützten Interviews (CAPI) interviewt. Für einige Skalen, die eine längere Befragungszeit beanspruchen, wurde ein schriftlicher Fragebogen (PAPI-Fragebogen) entwickelt, welchen die Befragten am Ende des CAPI-Teils ausfüllten. Darüber hinaus wurden einige Ankerpersonen und ihre Partner gebeten, einen Zeitverwendungsfragebogen über sieben aufeinander folgende Tage hinweg auszufüllen. Daneben wurden in der ersten Welle eine postalische Befragung der Partner und eine kurze telefonische Validierungs-Studie (CATI-Befragung) mit einem Subsample der Alteri durchgeführt. Die zweite Welle (W2) stellte die komplexeste Phase des MP dar. Wiederum wurden die Ankerpersonen mit Hilfe von CAPI und PAPI interviewt und ihre Partner erhielten postalisch einen Fragebogen. Zusätzlich wurden für alle Befragungspersonen retrospektive Informationen ab dem 14. Lebensjahr über Mobilität, Partnerschaft, Kinder sowie Ausbildung und Erwerbsleben mit Hilfe eines Life-History Calendars (LHC) erhoben. Darüber hinaus erhielten in dieser Welle auch die Eltern der Ankerpersonen (sowohl biologische, Adoptiv-, Stief- als auch Pflegeeltern) per Post einen schriftlichen Fragebogen und eines der Kinder wurde face-to-face befragt. In der dritten Welle (W3) wurden nur die Ankerpersonen, ihre Partner und ihre Eltern interviewt. Drei wesentliche Änderungen wurden im Vergleich zur W2 vorgenommen. Einige sensible Fragen über Sexualität wurden mittels eines computer-gestützten Selbstausfüller-Moduls (CASI) erfasst; den Befragten der beiden älteren Kohorten wurde ein Drop-off-Fragebogen über die ökonomische Situation des Haushalts vorgelegt; und die Partner wurden mit CATI interviewt. Wiederum wurde ein LHC verwendet, um biographische Veränderungen zwischen der zweiten und dritten Welle zu erfassen.

Tabelle 1: Verwendete Instrumente im Mini-Panel

	Anker	Partner	Kind	Eltern	Alteri
Welle 1	CAPI, PAPI, Tagebuch	PAPI, postalisch Tagebuch	–	–	CATI
Welle 2	CAPI, PAPI, LHC	PAPI, postalisch	PAPI, face-to- face	PAPI, postalisch	–
Welle 3	CAPI, PAPI, LHC, CASI, Drop-off	CATI	–	PAPI, postalisch	–

Das MP basiert auf einem monotonen Design, das heißt, nur Personen, die in einer Welle kooperierten, galten für die Folgewellen als befragbar. Verschiedene Gründe sprachen für die Wahl eines monotonen Designs: Zum einen ist hier das strikte deutsche Datenschutzgesetz zu nennen, welches die weitere Benutzung der Adressen von Verweigerern verbietet, zum anderen der Einsatz von Dependent-Interviewing (Zuspielen von Informationen aus der zweiten Welle), welches in der dritten Welle angewendet wurde.

Das Mini-Panel-Team in Mannheim entwickelte Richtlinien zur Durchführung der Feldphase, wobei in jeder der vier Städte ein lokaler Feldmanager für die Koordination der Prozeduren vor Ort verantwortlich war. Jedes Team wählte und schulte seine eigenen Interviewer.

III. Die erste Welle des Mini-Panels

1. Die Stichprobe

Die Stichprobe für die erste Welle des MP wurde aus Bevölkerungsregistern der Einwohnermeldeämter der vier Städte zufällig gezogen. Auswahlkriterien waren die deutsche Staatsangehörigkeit, ein Erstwohnsitz in Mannheim, Bremen, München oder Chemnitz und Teil der Alterskohorten 1968-70, 1978-80 bzw. 1988-90.

Im Mai 2005 wurden insgesamt 1.800 Adressen (450 in jeder Stadt, d.h. 150 aus jeder Kohorte) gezogen. Die Primärstichprobe bestand aus 1.200 dieser Adressen, während der Rest als Reserverstichprobe fungierte. Die Zielstichprobengröße in jeder Stadt war 150 (50 für jede Kohorte), d.h. insgesamt 600 Interviews. Nicht in jeder Stadt wurden alle 450 Adressen genutzt, da für einige Kohorten die Zielgröße von 50 Interviews bereits durch die Primärstichprobe erreicht wurde.

Tabelle 2: Genutzte Adressen (nach Stadt und Kohorte)

Stadt	Kohorte			Gesamt
	1988-90	1978-80	1968-70	
Mannheim	102	150	150	402
Bremen	106	150	150	406
Chemnitz	106	150	150	406
München	150	150	150	450
Gesamt	464	600	600	1664

Tabelle 2 gibt einen nach Stadt und Kohorte aufgeschlüsselten Überblick der genutzten Adressen. Insgesamt wurden 1.664 Adressen verwendet. Aufgrund niedriger Response-Raten wurden in München alle Adressen benutzt, wobei die anderen drei Städte jeweils etwa 400 Adressen verwendeten. Während für die beiden ältesten Kohorten alle 600 Adressen genutzt wurden, kamen aufgrund einer höheren Response-Rate bei der jüngsten Kohorte lediglich 464 Adressen zum Einsatz. Diese 464 Adressen wurden vor dem Beginn der Feldphase durch ein Zufallsverfahren ermittelt. Somit sind die 1.664 in der Feldphase verwendeten Adressen eine Zufallsstichprobe der 1.800 Adressen, die aus dem Bevölkerungsregister gezogen wurden.

Ein Hauptproblem bei Adressen aus Bevölkerungsregistern besteht darin, dass viele ungültig sind. In unserer Stichprobe traf dies auf 21 % der Adressen zu; in Bremen war sogar ein Viertel der Adressen unbrauchbar (Man beachte, dass diese Bevölkerungsregister die Basis für den deutschen Zensus 2010 bilden!). In einigen Fällen war dieses Problem darauf zurückzuführen, dass die Personen zwischen Mai (Zeitpunkt der Adressziehung) und dem Beginn der Feldphase umgezogen waren. In den meisten Fällen allerdings existierten die ungültigen Adressen nur auf dem Papier. Aufgrund unserer begrenzten Ressourcen gelang es uns nur für 35 der in der Zwischenzeit umgezogenen Personen, die Adresse zu aktualisieren.

2. Ausschöpfungsquote der ersten Welle

Die Feldphase der ersten Welle fand zwischen der letzten Septemberwoche und Ende Dezember 2005 statt. Etwa 20 Interviewer in jeder Stadt waren für die Befragungen zuständig. Zunächst wurde in jeder Stadt an die Zielpersonen der Primärstichprobe ein Anschreiben verschickt, in der die Studie kurz beschrieben und der Besuch eines Interviewers angekündigt wurde. Jeder Interviewer erhielt zunächst etwa fünf der ca. 15 Adressen, die ihm oder ihr zugewiesen worden waren. Weitere Adressen wurden je nach Geschwindigkeit des Interviewers später ausgegeben. Erbrachte ein Interviewer keine gute Leistung, so wurden die übrigen Adressen anderen Interviewern zugewiesen. Wie die endgültigen Zahlen zei-

gen, bearbeitete in der ersten Welle jeder Interviewer durchschnittlich 21 Adressen und realisierte 8,5 Interviews¹.

Den Interviewern wurden mindestens fünf persönliche oder zehn telefonischen Kontaktversuche vorgeschrieben, von denen mindestens einer abends und einer am Wochenende stattfinden musste, bevor eine Adresse als nicht erreichbar eingestuft werden konnte (kein Kontakt möglich). Nach der Durchführung eines Interviews erhielten die Befragten per Post ein kurzes Dankschreiben sowie ein Feedback-Formular mit frankiertem Rückumschlag. Befragte, die der Experimentalgruppe mit bedingten Incentives (s. Abschnitt II.3) zugewiesen worden waren, erhielten mit dem Dankschreiben ihr Incentive.

Tabelle 3 zeigt die Ergebnisse: Mit den 1.664 Adressen konnten 663 Interviews realisiert werden. Das entspricht einer Bruttoausschöpfungsquote von 40%. Wie bereits dargestellt, waren allerdings viele Adressen nicht gültig. Zur Berechnung der Nettoausschöpfung folgen wir den Konventionen der American Association of Public Opinion Research (AAPOR 2000, 2004).

Tabelle 3: Ausschöpfung in Welle 1 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Auswertbare Fälle	236 (50,86)	214 (35,67)	213 (35,50)	663 (39,84)
Datenverlust	1 (0,22)	4 (0,67)	1 (0,17)	6 (0,36)
Verweigerung	169 (36,42)	172 (28,67)	230 (38,33)	571 (34,31)
Nicht befragbar	10 (2,16)	8 (1,33)	10 (1,67)	28 (1,68)
kein Kontakt möglich (gültige Adresse)	15 (3,23)	83 (13,83)	70 (11,67)	139 (10,10)
kein Kontakt möglich (ungültige Adresse)	31 (6,68)	116 (19,33)	76 (12,67)	223 (13,40)
neutrale Ausfälle	2 (0,43)	3 (0,50)	0 (0,00)	5 (0,30)
Gesamt	464 (100,00)	600 (100,00)	600 (100,00)	1,664 (100,00)

Wie Tabelle 3 zeigt, waren fünf Personen nicht mehr Teil der Grundgesamtheit (lebten nicht mehr in einer der vier Städte). Von den verbleibenden 1.659 Adressen konnten 1.268 kontaktiert werden, was einem Anteil von 76% entspricht (siehe Tabelle 4). Die Kontaktquote (gemäß AAPOR-Definition ConR1) war besonders niedrig für die mittlere Kohorte (nur 67%).

Um die Kooperationsquote zu berechnen, wurden von den 1.268 Kontakten 34 Adressen abgezogen: 28 Fälle, bei denen die Kontaktperson krank, behindert oder abwesend war bzw. kein Deutsch sprach und 6 Fälle wegen Datenverlusts

¹ Die Anzahl der den Interviewern zugewiesenen Adressen reichte von 1 bis 49, während die Anzahl der realisierten Interviews zwischen 1 und 17 lag.

² Da krank, abwesend, physisch oder psychisch beeinträchtigt, oder wegen unzureichender Sprachkenntnisse.

³ In diesen Fällen ist die Zugehörigkeit zur Grundgesamtheit unklar.

(gemäß AAPOR Definition CR4). 663 Personen waren zur Zusammenarbeit bereit. Dies entspricht einem Anteil von 54%. Die Kooperationsquote sank monoton mit steigendem Alter (siehe Tabelle 5). Eine konservativ berechnete Ausschöpfungsquote (AAPOR-Definition RR6) führt zu einem Ergebnis von 46% (siehe Tabelle 6). Der Trend über die Kohorten hinweg wird bestätigt: Die Ausschöpfungsquote sank von 55% in der jüngsten auf 41% in der ältesten Kohorte. Um diese Ausschöpfungsquote zu berechnen, wurden von der Bruttostichprobe lediglich die neutralen Ausfälle (5) und die ungültigen Adressen abgezogen (223).

Tabelle 4: Kontaktraten (AAPOR ConR1) in Welle 1 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Kontaktiert	416 (90,04)	398 (66,67)	454 (75,67)	1,268 (76,43)
Nicht kontaktiert	46 (9,96)	199 (33,33)	146 (24,33)	391 (23,57)
Gesamt	462 (100,00)	597 (100,00)	600 (100,00)	1659 (100,00)

Tabelle 5: Kooperationsraten (AAPOR CR4) in Welle 1 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Kooperativ	236 (58,27)	214 (55,44)	213 (48,08)	663 (53,73)
Nicht kooperativ	169 (41,73)	172 (44,56)	230 (51,92)	571 (46,27)
Gesamt	405 (100,00)	386 (100,00)	443 (100,00)	1234 (100,00)

Tabelle 6: Ausschöpfung (AAPOR RR6) in Welle 1 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Realisierte Int.	236 (54,76)	214 (44,49)	213 (40,65)	663 (46,17)
Verweigerungen	195 (45,24)	267 (55,51)	311 (59,35)	773 (53,83)
Gesamt	431 (100,00)	481 (100,00)	524 (100,00)	1436 (100,00)

Insgesamt entspricht das MP mit einer Ausschöpfungsquote von 46 % dem gegenwärtigen Durchschnitt von Befragungen in Deutschland (siehe auch Haarmann et al. 2006). Dieses Ergebnis ist insofern höchst positiv zu bewerten, als das MP ausschließlich in großen Städten durchgeführt wurde, die gewählten Altersgruppen generell als schwer erreichbar gelten und die Feldarbeit nicht von professionellen Interviewern durchgeführt wurde.

3. Das Anreiz-Experiment

Da das Mini-Panel eine Pilotstudie darstellt, bestand besonderes Interesse darin, verschiedene Strategien zur Steigerung der Ausschöpfungsquote zu testen. Hierzu wurden die Zielpersonen zufällig drei Experimentalgruppen zugewiesen: Die erste Gruppe erhielt ein unbedingtes Incentive in Form eines 10 €-Gutscheins zusammen mit dem Ankündigungsanschreiben; der zweiten Gruppe wurde ein 10 €-Gutschein bei einem vollständigen Interview versprochen; die dritte Grup-

pe fungierte als Kontrollgruppe und erhielt lediglich ein Anschreiben. Die Zuweisung zu einer gegebenen Experimentalgruppe blieb über die Wellen konstant. Ziel des Experiments war es, die Effektivität monetärer Anreize in Face-to-face-Interviews aus Querschnitt- und Längsschnittperspektive zu testen. Es wurde ein single-blind Design eingesetzt; d.h. die Interviewer kannten die Experimentalbedingung der Befragten nicht (Willimack, et al. 1995). Darüber hinaus wurde darauf geachtet, die Anschreiben je nach Fortschritt des entsprechenden Interviewers zu unterschiedlichen Zeitpunkten zu verschicken. Damit sollte vermieden werden, dass zu viel Zeit zwischen Empfang des Ankündigungsschreibens und erstem Kontakt durch den Interviewer verstreicht. Außerdem sollte verhindert werden, dass die Befragten den Erhalt der unbedingten Incentives vergessen.

Tabelle 7: Kooperationsraten W1 (nach Kohorte und Experimentalgruppe)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Kein Incentive	58,46	52,00	46,38	52,16
Bedingtes Incentive	54,11	53,78	57,43	55,21
Unbedingtes Incentive	62,79	59,86	40,76	53,74
Gesamt	58,27	55,44	48,08	53,73

Anders als bei postalischen Befragungen wurde der Effekt von Anreizen in persönlichen mündlichen Interviews nur selten untersucht⁴, insbesondere nicht in einem experimentellen Setting und aus einer Längsschnittperspektive. Dennoch wird allgemein davon ausgegangen, dass die Überredungskünste der Interviewer den Effekt von Incentives aufheben können. (Porst, et al. 1998; Singer, et al. 1999; Willimack, et al. 1995). Die Ergebnisse des Mini-Panels bestätigen, dass Incentives im Querschnitt keinen großen Unterschied bei der Kooperation der Befragten ausmachen (siehe Tabelle 7).

4. Der Anker-Fragebogen

Das face-to-face Interview mit dem Anker dauerte im Durchschnitt 60 Minuten. Die Fragen umfassten mehrere Themenblöcke: Sozio-Demographie, familienbezogene Werte, „Big Five“, Beziehung zu den Eltern, Qualität von und Zufriedenheit mit der Partnerschaft, Mobilität und Pendeln, Fertilität und Familien-

⁴ Bei Yu und Coopers Meta-Analyse (Yu and Cooper 1983) machten die face-to-face Interviews lediglich 14% der Stichprobe aus und es konnten keine getrennten Analysen dieses Befragungstyps durchgeführt werden. Singer et al. (1999) beschäftigten sich nur mit Befragungen, die durch Interviewer durchgeführt werden, aber auch in diesem Fall sind keine spezifischen Ergebnisse für face-to-face Interviews oder Panelstudien verfügbar.

planung, soziale Netzwerke, Einkommen und Geldarrangements von Paaren sowie Zeitverwendung (siehe Tabelle 8).

Tabelle 8: CAPI in Welle 1, thematischer Überblick

Module	Filterführung
Familienbezogene Werte	alle
Big Five	alle
Soziodemographie und Haushaltszusammensetzung	alle
Beziehung zu biologischen Eltern und intime Beziehung der Eltern	alle
Institutionalisierung der Partnerschaft und Zukunftspläne	falls in einer Partnerschaft lebend
Bildung und Erwerbssituation	alle
Mobilität und Pendeln	nur 2./3. Kohorte
Qualität der intimen Beziehung	falls in einer Partnerschaft lebend
Fertilität und Familienplanung	nur Heterosexuelle
Soziales Netzwerk	alle
Einkommen und finanzielle Arrangements	alle
Zeitverwendung	falls in einer Partnerschaft lebend
PAPI	falls in einer Partnerschaft lebend
Zustimmung (Partnerbefragung, Zeitverwendungstagebuch, Netzwerkbefragung) und Interviewer-Protokoll	alle

Im Modul „Soziales Netzwerk“ wurde ein zufälliger Split zwischen zwei unterschiedlichen Reihenfolgen der Generatorfragen implementiert, um den Effekt der Generatorreihenfolge auf die generierte Netzwerkgröße zu untersuchen.

Alle Teilnehmer wurden im Rahmen eines face-to-face Interviews befragt. Diejenigen, die in einer Beziehung lebten, erhielten zusätzlich am Ende des CAPI-Interviews einen PAPI-Fragebogen zu ihrer Beziehung. Es stellte sich heraus, dass 391 der 663 CAPI-Befragten einen Partner hatten, hiervon füllten 366 den PAPI-Fragebogen aus.

5. Das Tagebuch zur Zeitverwendung

Am Ende des Interviews wurde einer Zufallsauswahl der Befragten mit Partner ein Zeitverwendungstagebuch angeboten. Beide Partner wurden gebeten, ein sieben Tage umfassendes Tagebuch auszufüllen, in dem sie in 15-minütigen Intervallen ihre Aktivitäten im Laufe des Tages festhalten sollten. Angegeben war eine

Liste mit 26 Aktivitäten sowie drei zusätzliche offene Kategorien. Zudem befand sich am unteren Rand des jeweiligen Tagebuchs eine Zeile zur Erfassung gemeinsam verbrachter Zeitintervalle. Trotz der relativ hohen Komplexität des Instruments konnten die Bearbeitungsanweisungen auf weniger als einer Seite zusammengefasst werden.

Ungeachtet der Zuweisung zu dem Anreiz-Experiment stellten wir eine Belohnung in Höhe von 20 € für jedes erhaltene Tagebuch in Aussicht. Aufgrund der Befürchtung, diese zusätzliche Belastung könnte zu Panelausfällen führen, wurde nur 50 % der Teilnehmer mit Partner ein Zeitverwendungstagebuch angeboten. Ein Brief, der die Ziele der Zeitverwendungsstudie erläuterte, sowie ein frankierter Rückumschlag waren dem Tagebuch beigelegt. Ein Erinnerungsschreiben wurde an alle Befragten geschickt, die ihr Tagebuch nicht innerhalb von zwei Wochen nach dem Interview zurück geschickt hatten.

Tabelle 9: Rücklauf der Zeitverwendungstagebüchern in Welle 1 (Anker und Partner; nach Kohorte)

	K1: 1988-90		K2: 1978-80		K3: 1968-70		Gesamt	
	Anker	Partner	Anker	Partner	Anker	Partner	Anker	Partner
Auswertbare Fälle	12 (33,33)	10 (27,78)	34 (44,16)	30 (38,96)	27 (31,76)	24 (28,24)	73 (36,87)	64 (32,32)
Fehlende Fragebögen	18 (50,00)	16 (44,44)	33 (42,86)	35 (45,45)	42 (49,41)	43 (50,59)	93 (46,97)	94 (47,47)
Verweigerung beim Interview	6 (16,67)	10 (27,78)	10 (12,99)	12 (15,58)	16 (18,82)	18 (21,18)	32 (16,16)	40 (20,20)
Insgesamt angebotene Tagebücher	36 (100,00)	36 (100,00)	77 (100,00)	77 (100,00)	85 (100,00)	85 (100,00)	198 (100,00)	198 (100,00)

Berücksichtigt man die große Belastung, die das Führen eines sehr detaillierten Zeitverwendungstagebuchs über eine Woche darstellt, kann eine Rücklaufquote von 37 % der Anker und 32 % der Partner als ein positives Ergebnis erachtet werden. Die Datenqualität war dabei sehr gut; alle erhaltenen Tagebücher waren sorgfältig ausgefüllt worden (siehe Tabelle 9). Man muss sich allerdings bewusst sein, dass der Rücklauf der Zeitverwendungstagebücher sehr selektiv ist.

6. *Das Multi-Actor-Design*

In der ersten Welle wurden die Befragten um Erlaubnis gebeten, ihren Partner sowie bis zu sechs Personen (Alteri) aus ihrem Netzwerk zu kontaktieren.

Die Dauer der Beziehung und der Institutionalierungsgrad der Partnerschaft waren dabei nicht relevant, sondern es wurden Interviews mit allen genannten gegenwärtigen Partnern angestrebt. War der Partner des Befragten während des Interviews zu Hause, hatte der Interviewer die Anweisung, den Partnerfragebogen direkt auszuhändigen, um den Partner zu beschäftigen und somit Störungen des CAPI-Interviews zu vermeiden. In allen anderen Fällen erfasste der Interviewer die Adresse des Partners und der Fragebogen wurde per Post versandt. Die ausgefüllten Fragebögen wurden entweder direkt vom Interviewer eingesammelt oder, was häufiger der Fall war, im beigelegten frankierten Rückumschlag zurück geschickt. Traf der Fragebogen nicht innerhalb von zwei Wochen ein, wurde ein Erinnerungsschreiben versandt.

Der Partnerfragebogen beinhaltete eine Reihe von Items, die identisch zum Anker-Interview waren und besonders Themen der Fertilität sowie Partnerschaftsqualität und -dynamik umfassten. Abgesehen von üblichen soziodemographischen Variablen vervollständigten ein kurzes Instrument zur Zeitverwendung sowie Fragen zu Mobilität und Pendeln den Fragebogen.

Tabelle 10: Ausschöpfung der Partnerbefragung in Welle 1 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Auswertbare Fälle	32 (40.03)	83 (60.58)	102 (57.95)	217 (55.50)
Fehlende Fragebogen	26 (33.33)	36 (26.28)	57 (32.39)	119 (30.43)
Verweigerung beim Interview	20 (25.64)	18 (13.14)	17 (9.66)	55 (14.07)
Gesamt mit Partner	78 (100.00)	137 (100.00)	176 (100.00)	391 (100.00)

Das Anreiz-Experiment wurde auch auf die Partner ausgedehnt, allerdings mit geringfügigen Änderungen. Den Partnern wurde ein bedingtes Incentive in Form eines 10€-Gutscheins angeboten, falls der entsprechende Anker ein bedingtes oder unbedingtes Incentive erhalten hatte⁵. War dem Anker kein Incentive angeboten worden, erhielten auch die Partner keinen Anreiz. Von den 391 in einer Beziehung lebenden Befragten waren 55 nicht bereit, ihren Partner in die Befragung zu involvieren. Ausgefüllt zurückgesandt wurden 217 Fragebögen, was einer Quote von 55,4 % entspricht (siehe Tabelle 10).

⁵ Aus organisatorischen Gründen wurden bei den Partnern keine unbedingten Incentives eingesetzt.

Der Rücklauf variierte deutlich zwischen den Kohorten. Die Tendenz, der Teilnahme des Partners an der Studie zuzustimmen, nahm mit steigendem Alter zu: von beinahe 75 % Zustimmung in der ersten bis etwa 91 % Zustimmung in der dritten Kohorte. Die Partner unserer jüngsten Befragten erwiesen sich darüber hinaus auch als weniger kooperativ, so dass insgesamt lediglich 41 % der Partner ihren Fragebogen zurücksendeten. Die Rücklaufquote der zweiten Kohorte entsprach mit ca. 60 % beinahe dem Anteil in der dritten Kohorte.

Die Rücklaufzahlen der Partnerstudie zeigen ein ähnliches Muster wie die der Tagebücher zur Zeitverwendung. In beiden Fällen war die jüngste Kohorte am wenigsten kooperativ, wohingegen die mittlere am kooperativsten war. Nach ersten Analysen lässt sich die Abneigung unserer Befragten im Teenageralter, ihre Partner zu involvieren, auf die niedrige Institutionalisierung ihrer Partnerschaften zurückführen (Castiglioni and Pforr 2007).

Im Dezember 2006 wurde schließlich eine Validierungsstudie durchgeführt, anhand derer die Validität von Proxy-Informationen getestet wurde. Die Validierungsstudie an sich wurde im Rahmen eines Begleitprojektes durchgeführt. Allerdings mussten die Einwilligung, die Netzpersonen befragen zu dürfen und die entsprechenden notwendigen Kontaktdaten während des CAPI-Zielpersonen-Interviews eingeholt werden. Dies führte möglicherweise zu einer zusätzlichen Belastung der Befragten. 296 der Befragten, d.h. 45 %, waren bereit, die Telefonnummer mindestens einer Netzwerkperson für die Netzwerk-Validierungs-Studie zu nennen. Insgesamt wurden 805 gültige Telefonnummern erfasst⁶; in 676 Fällen kam ein Interview zustande.

IV. Die zweite Welle des Mini-Panels

Die Befragungen der zweiten Welle des Mini-Panels fanden zwischen Ende März und Anfang Juli 2006 statt. Die Interviewer wurden angewiesen, ihre Kontaktversuche bis zum 7. Juni durchzuführen, da davon ausgegangen werden musste, dass der Beginn der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland die Kooperationschancen nicht unbedingt steigern würde. Die Frist für die Durchführung der Interviews wurde auf Ende Juni gelegt. In der Regel wurden den Interviewern dieselben Befragten wie in der ersten Welle zugeteilt. Ausnahmen waren jedoch unumgänglich, etwa wenn ein Interviewer für die zweite Welle nicht mehr zur Verfügung stand oder wenn sich der Feldleiter für die Beendigung der Zusammenarbeit mit einem Interviewer entschieden hatte. Insgesamt arbeiteten in der zweiten Welle 37 der ursprünglich 79 Interviewer nicht mehr; 21 neue Interviewer wurden eingestellt. Folglich wurde die zweite Welle von 63 Interviewern

⁶ Insgesamt wurden 869 Telefonnummern erfasst, wobei einige sich als ungültig herausstellten. Dies lässt sich auf Fehler bei der Erfassung zurückführen; es kann aber auch nicht ausgeschlossen werden, dass mit Absicht falsche Telefonnummern angegeben wurden.

durchgeführt. Im Durchschnitt wurden jedem Interviewer 10,8 Adressen zugeteilt und jede/r führte 7,8 Interviews durch.

Fünf der 669 Befragten⁷ der ersten Welle wurden nicht wieder kontaktiert, da das erste Interview nicht vollständig durchgeführt werden konnte und die Interviewer empfahlen, auf eine erneute Befragung zu verzichten⁸. Von den übrigen 664 Befragten konnten 634 erneut kontaktiert werden, 498 wurden nochmals interviewt. Somit belief sich die Kontaktrate auf 96 % und die Ausschöpfungsquote ergab 75 %⁹ (siehe Tabelle 11).

Tabelle 11: Ausschöpfung in Welle 2 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Auswertbare Fälle	190 (80,51)	150 (68,81)	158 (75,24)	498 (75,00)
Verweigerung	46 (19,49)	40 (18,35)	45 (21,43)	131 (19,73)
Nicht befragbar (krank/abwesend)	0 (0,00)	4 (1,83)	1 (0,48)	5 (0,75)
Nicht kontaktiert (gültige Adresse)	0 (0,00)	9 (4,13)	6 (2,86)	15 (2,26)
Nicht kontaktiert (ungültige Adresse)	0 (0,00)	10 (4,59)	0 (0,00)	10 (1,51)
Umgezogen außerhalb des Mini-Panels-Gebiets	0 (0,00)	5 (2,29)	0 (0,00)	5 (0,75)
Gesamt	236 (100,00)	218 (100,00)	210 (100,00)	664 (100,00)

Wie in der ersten Welle informierte ein Anschreiben die Befragten über den bevorstehenden Beginn der neuen Welle. Zusätzlich war allen Anschreiben ein vierseitiger Überblick über einige vorläufige Ergebnisse aus der ersten Welle beigefügt. Wie in der ersten Welle wurden die Interviewer gebeten, mindestens fünf persönliche oder 10 telefonische Versuche zu unternehmen, bevor sie eine Adresse als „nicht kontaktiert“ strichen.

Im Gegensatz zur ersten Welle waren die Anzahl der überholten Adressen und der nicht auffindig zu machenden Befragten in der zweiten Welle aus zwei Gründen sehr gering. Erstens wurde der Kontakt zu den Befragten zwischen den Wellen durch einen Dankesbrief inklusive Feedback-Bogen sowie einer Weihnachtskarte aufrechterhalten. Dieses Verfahren ermöglichte uns die Aktualisierung einiger Adressen. Zweitens wurde die zuständige Meldebehörde konsultiert,

⁷ Wir nutzten auch die sechs Adressen aus den Datenverlustsfällen, da wir diese datenschutzrechtlich nicht als Verweigerungen einstufen mussten. Somit ist zwar unser Design monoton, unsere Daten hingegen nicht.

⁸ Das Interview wurde abgebrochen, da der Interviewer feststellte, dass der Befragte sprachlich oder in anderer Hinsicht beeinträchtigt war und somit die Befragung nicht zu Ende führen konnte.

⁹ Hier verwenden wir den Brutto-Rücklauf als Maß für die Ausschöpfungsquote, da dies die sinnvolle Kennzahl für die Qualität eines Panels ist.

falls das Anschreiben nicht zugestellt werden konnte, und eine Aktualisierung der Kontaktangaben beantragt.

In der zweiten Welle versuchten wir außerdem, Rückmeldungen aus dem Feld hinsichtlich der Akzeptanz des Fragebogens zu sammeln. Zusammen mit dem Dankesbrief wurde ein Rückmeldeformular und ein frankierter Rückumschlag verschickt. Der Feedback-Bogen beinhaltete Fragen über die Bearbeitungszeit und Art des Interviews, zwei Fragen über das Verhalten des Interviewers und offene Fragen über die positiven und negativen Aspekte der Umfrage. Das Feedback-Formular wurde in 44 % der Fälle zurückgeschickt und die Meinungen über die Studie fielen im Allgemeinen leicht positiv bzw. neutral aus.

1. Der Anker-Fragebogen

Der Anker-Fragebogen der zweiten Welle unterschied sich relativ deutlich von seinem Vorgänger. Die Themen Fertilität und intergenerationale Beziehungen stellten den Mittelpunkt der zweiten Welle dar, wohingegen Partnerschaftsqualität und -dynamik dieses Mal weit weniger von Bedeutung waren. Zudem wurden retrospektive Informationen mit Hilfe eines Life-History Calendars (LHC) erhoben, der für alle Kohorten beim Alter von 14 Jahren begann. Folglich berichtete die jüngste Kohorte über Geschehnisse in den letzten zwei bis vier Jahren, die zweite über die vergangenen zwölf bis 14 Jahre und die dritte über die letzten 22 bis 24 Jahre. Der LHC war in vier thematische Gebiete unterteilt: Mobilität, Partner, Kinder sowie Bildung und Erwerbsleben. Die Interviewer wurden angewiesen, die jeweiligen Übergangsdaten auf den Monat genau einzutragen, was allerdings aufgrund der langen Zeitspanne nicht immer möglich war.

Wie in der ersten Welle wurden einige längere Skalen in einem PAPI-Fragebogen platziert, der vom Interviewer an verschiedenen Stellen des Interviews ausgegeben und abschnittsweise je nach aktuellem Thema des Interviews ausgefüllt wurde. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug in der zweiten Welle 65 Minuten.

Tabelle 12: CAPI in Welle 2, thematischer Überblick

Module	Filterführung
Life-History Calendar und Soziodemographie Werte und Einstellungen, Lebensziele (PAPI) Intergenerationale Beziehungen	Alle Alle Falls Anker Kontakt mit Eltern oder el- ternähnlicher Person hat, mit interner Filterführung
Heiratsmarkt	Falls kein Kind zwischen 3 und 14 Jahren im Haushalt und heterosexuell
Institutionalisierung und Qualität der Intim- beziehungen (CAPI + PAPI) Fertilität und Familienplanung (CAPI + PAPI)	Alle, mit interner Filterführung Falls heterosexuell, mit interner Filterfüh- rung
Kinderbetreuung	Falls ein Kind jünger als 15 in Haushalt lebend
Erziehungsstile und SDQ ¹⁰	Falls ein Kind zwischen 3 und 14 in Haushalt lebend
Psychologische Skalen (z.B. Kontrollstrategien, Schüchternheit, Exklusivität)	Alle
Zustimmung (Partnerbefragung, Kinderbefra- gung, Elternbefragung) und Interviewer- Protokoll	Alle

2. Das Multi-Actor-Design

In der zweiten Welle wurde das Multi-Actor-Design vollständig implementiert: Nicht nur die Partner, sondern auch eines der Kinder und alle Eltern bzw. Stiefeltern wurden mit einbezogen.

Die Partnerfragebögen wurden in der Regel während des Interviews ausgegeben (falls anwesend direkt an den Partner, andernfalls an den Anker), außer die Ankerperson bat den Interviewer explizit, den Fragebogen an den Partner zu verschicken. Verglichen mit der ersten Welle entsprach dies einer Änderung der Feldprozedur, da der Partnerfragebogen in der ersten Welle dem Anker nicht ausgehändigt wurde. Die Änderung wurde deshalb vorgenommen, da Chemnitz diese Methode bereits in der ersten Welle angewandt und einen deutlich höheren Rücklauf der Partner erzielt hatte (75 % im Gegensatz zu 48 % in den anderen drei Städten). Dennoch hatte diese Änderung letztendlich keinen Effekt auf das Ergebnis. Chemnitz wies weiterhin einen hohen Rücklauf der Partner von 75 % auf, wohingegen der Rücklauf der Partnerbefragung in den anderen drei Städten zwischen 37 % und 55 % lag.

¹⁰ SDQ steht für "Strengths and Difficulties Questionnaire".

Tabelle 13: Rücklauf der Partnerbefragung in Welle 2 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Rücklauf	23 (35,94)	62 (67,39)	72 (55,81)	157 (55,09)
Verweigerung beim Interview	8 (12,50)	7 (7,61)	20 (15,50)	35 (12,28)
Fehlende Fragebögen	33 (51,56)	23 (25,00)	37 (28,68)	93 (32,63)
Gesamt mit Partner	64 (100,00)	92 (100,00)	129 (100,00)	285 (100,00)

Dem Partnerfragebogen war ein Begleitschreiben beigefügt, um die Ziele der Umfrage zu erläutern und, je nach Experimentalgruppenzugehörigkeit, einen Gutschein in Höhe von 10€ für jeden erhaltenen, ausgefüllten Fragebogen anzukündigen. Ein frankierter Rückumschlag lag ebenso bei. Ein relativ großer Anteil des Partnerfragebogens widmete sich Fragen über die Beziehung zu den Eltern des Ankers. Des Weiteren wurden die Value-of-Children-Skala, Fragen über die Dynamik der Paarbeziehung und ein großer Abschnitt zu Fertilität und Familienplanung, die auch Teil des Ankerinterviews waren, dem Partner vorgelegt. Zusätzlich beinhaltete der Fragebogen psychologische Skalen und, für Befragte mit Kindern, Skalen zum Erziehungsstil.

Von den 498 Befragten hatten 285 einen Partner (57 %¹¹) und 55 % der Partner schickten einen ausgefüllten Fragebogen zurück (siehe Tabelle 13). Die Beteiligung an der Partnerbefragung ähnelte der Teilnahmequote der ersten Welle, aber im Gegensatz zur ersten Welle konnten die Verweigerungen während des Ankerinterviews reduziert werden¹². Dieses Ergebnis lässt sich in zweifacher Hinsicht deuten. Es könnte erstens als ein Zeichen dafür interpretiert werden, dass es uns gelungen ist, das Vertrauen der Anker zu gewinnen und sie deshalb eher einwilligten, ihre Partner zu involvieren. Zweitens könnte es insofern eine Auswirkung der unterschiedlichen Feldorganisation sein, als zwar mehr Anker die Fragebögen für ihre Partner in Empfang nahmen, diese aber nie ihrem Partner übergaben. Die Verringerung des Rücklaufs in der ersten Kohorte würde auf Letzteres hinweisen, wohingegen die besseren Raten in der mittleren Kohorte für Ersteres sprechen. Diesbezüglich sind weitere Analysen nötig.

Die Kinderbefragung war das zweite Element des Multi-Actor-Designs. Zielkind war das älteste Kind zwischen 8 und 14 Jahren, das im Haushalt des Ankers lebte. In Anbetracht dessen, dass das Interview mit dem Anker schon über eine Stunde gedauert hatte und dass die Kinder am Ende des Ankerinterviews vielleicht außer Haus oder schon zu Bett gegangen waren, war den Befragten die Entscheidung überlassen, ob das Kinderinterview sofort oder zu einem späteren Zeitpunkt durchgeführt werden sollte. 35 Anker hatten ein Kind in der beschrie-

¹¹ In der ersten Kohorte hatten 34%, in der zweiten 61% und in der dritten 82% einen Partner.

¹² Dies war das Ergebnis einer höheren Kooperation der ersten beiden Kohorten.

benen Altersgruppe und 28 stimmten einem Interview zu (siehe Tabelle 14). Sechs Personen weigerten sich und in einem Fall war das Interview zeitlich nicht möglich, da das Kind im Ausland war.

Tabelle 14: Ausschöpfung der Kinderbefragung in Welle 2

	Anzahl	Prozent
Vollständig	28	70,00
Verweigert	6	17,14
Vorübergehend nicht möglich	1	2,86
Gesamt	35	100,00

Die Angaben der Kinder wurden mittels eines PAPI-Kinderfragebogens erfasst, der vom Interviewer während eines persönlichen Interviews ausgefüllt wurde. Wir schätzten, dass das Interview zwischen 15 und 20 Minuten dauern würde. Kinder, die an der Studie teilnahmen, erhielten einen Gutschein in Höhe von 10 € für ein lokales Kino. Der Kinderfragebogen begann mit Fragen zu den Erfahrungen der Kinder in der Schule und zu ihrem Eindruck über ihre schulischen Erfolge. Ein zweiter großer Block erhob die Wahrnehmungen der Kinder über das Erziehungsverhalten der Ankerperson und seines Partners (in der Regel die Eltern) ihnen gegenüber. Nach einigen Fragen über die Freunde der Kinder endete der Fragebogen mit dem „Strengths and Difficulties Questionnaire“ (SDQ).

Das dritte und letzte Element des Multi-Actor-Designs war die postalische Befragung der Eltern des Ankers. Die Zielgruppe bestand in diesem Fall aus allen Eltern und elternähnlichen Personen, die der Anker genannt hatte und mit denen er oder sie in Kontakt war. Folglich wurden auch Pflege- und Stiefeltern eingeschlossen (bis zu vier Elternteile pro Anker). Die Adressen der Eltern wurden entweder während des Ankerinterviews erhoben, oder, falls es angebrachter erschien, riefen die Interviewer zurück. Letzteres ermöglichte dem Anker, die Angelegenheit zuerst mit den Eltern abzusprechen. Die Anker wurden gebeten, die Briefe an ihre Eltern selbst zu adressieren oder die Fragebögen ihren Eltern persönlich zu überreichen (dies traf vor allem für die jüngsten Befragten zu, die noch mit ihren Eltern zusammen lebten). Um die Ausschöpfung zu verbessern, wurde allen Eltern ein Gutschein in Höhe von 10 € für die Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens in Aussicht gestellt.

Die Kooperation bei der Elternbefragung war sehr hoch. Insgesamt erhielten wir die Adressen von 81 % der Eltern und in fast 70 % der Fälle schickten die Eltern einen ausgefüllten Fragebogen zurück. Somit beträgt die Ausschöpfung insgesamt 57 %¹³. Der Rücklauf ist für die Kohorten ziemlich ähnlich, wobei die Be-

¹³ Verglichen mit der Ausschöpfung in der Netherlands Kinship Panel Study (NKPS 2004) ist unsere relativ hoch. In der NKPS wurde für 59 % der noch lebenden Eltern die Erlaubnis

reitschaft, die Eltern in die Studie einzubinden, mit steigendem Alter abnahm und bei den Befragten der ältesten Kohorte besonders niedrig ausfiel (vgl. Tabelle 15).

Tabelle 15: Ausschöpfung der Elternbefragung in Welle 2 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Elternteile mit Kontakt zu Anker	407	299	269	975
Verweigert beim Interview	48 (11,79)	50 (16,72)	85 (31,6)	183 (18,77)
Adresse vorhanden	359 (88,21)	249 (83,28)	184 (68,40)	792 (81,23)
Fehlende Fälle	98	84	57	239
% potentieller Elternteile	(24,08)	(28,09)	(21,19)	(24,51)
% verfügbarer Adressen	(27,30)	(33,73)	(30,98)	(30,18)
Auswertbare Fälle	261	165	127	553
% potentieller Elternteile	(64,13)	(55,18)	(47,21)	(56,72)
% verfügbarer Adressen	(72,70)	(66,27)	(69,02)	(69,82)

Der Elternfragebogen erhob soziodemographische Informationen, Daten über die Geschwister des Ankers (Alter, Geschlecht, Entfernung vom Elternhaus, Kontakthäufigkeit) sowie die Value-of-Children Skala. Der größte Teil des Fragebogens widmete sich sowohl materiellen als auch emotionalen Aspekten der Beziehung zwischen dem Befragten und dem Anker. Wenn der Anker zu der jüngsten Kohorte gehörte, wurde der „Strengths and Difficulties Questionnaire“ (SDQ) genutzt. Eine Skala über allgemeine Werte und Einstellungen und einige Sachinformationen schlossen den Fragebogen ab.

Ähnlich wie in der ersten Welle wurde eine Validierungsstudie zum Heiratsmarkt-Modul durchgeführt. Ziel war die Bestätigung der Antworten der Befragten über die potentielle Anzahl der Partner in relevanten Kontexten. Auch in diesem Fall war die Studie Bestandteil eines anderen Projektes. Da es aber um eine Erhebung von Zusatzinformationen über die Zielpersonen und die Kontexte, in denen sie sich aufhalten, ging, mussten die Zielpersonen dieser Studie einwilligen und uns die Adressen und Namen der Kontaktpersonen mitteilen. Die Validierungsstudie war auf die Befragten aus Mannheim begrenzt. Der Effekt dieser Zusatzstudie, nämlich der damit verbundene Eingriff in die Privatsphäre, könnte eine verminderte Teilnahmebereitschaft an der dritten Welle zur Folge gehabt haben.

Von den 123 Mannheimer Befragten in der zweiten Welle wurden 98 (80 %) per Filter zu dem Heiratsmarkt-Modul geleitet. Diese Befragten generierten 294 Kontexte (3,0 pro Befragtem). Im Modul wurden 11 Befragte herausgefiltert, da sie es in keinem der genannten Kontexte für möglich hielten, einen Partner zu

zur Kontaktierung erteilt und der Rücklauf lag bei 67 %. Somit betrug die Ausschöpfungsquote insgesamt 39 %.

finden. Bereinigt von den Kontexten, die als Partnermarkt nicht taugten¹⁴, generierten die verbliebenen 87 Befragten 174 Kontexte (2,0 pro Befragtem). Für 158 dieser Kontexte (91 %) lieferten die Befragten Adressen. Von diesen waren 118 (75 %) gültig.

V. Die dritte Welle des Mini-Panels

Die Feldphase der dritten und letzten Welle des MP fand zwischen Mitte Oktober und Ende Dezember 2006 statt. Die Interviewer wurden gebeten, die Kontaktversuche vor Weihnachten zu beenden und die Interviews bis Ende des Monats durchzuführen. Da es möglich war, ausschließlich mit Interviewern der zweiten Welle zu arbeiten, konnte die Interviewerschulung an einem Tag durchgeführt werden. Die Feldprozeduren ähnelten im Großen und Ganzen denen der vorangegangenen Welle, wobei zusätzliche Komplexität durch die Einführung von Dependent-Interviewing (siehe unten) entstand. Die Regel bezüglich der fünf persönlichen und 10 telefonischen Kontaktversuche wurde beibehalten.

Tabelle 16: Ausschöpfung Welle 3 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
auswertbare Fälle	166 (87,37)	125 (83,33)	136 (86,08)	427 (85,74)
Verweigerung	21 (11,05)	14 (9,33)	18 (11,39)	53 (10,64)
nicht kontaktiert (gültige Adresse)	2 (1,05)	8 (5,33)	3 (1,90)	13 (2,61)
nicht kontaktiert (ungültige Adresse)	0 (0,00)	0 (0,00)	1 (0,63)	1 (0,20)
Umgezogen außerhalb des Mini-Panels Gebiets	1 (0,53)	3 (2,00)	0 (0,00)	4 (0,80)
Gesamt	190 (100,00)	150 (100,00)	158 (100,00)	498 (100,00)

Von den Interviewern der zweiten Welle standen 18 nicht mehr zur Verfügung, so dass die Feldphase der dritten Welle mit 46 Interviewern durchgeführt wurde. Im Durchschnitt bearbeitete jeder Interviewer 10,83 Adressen und realisierte 9,26 Interviews. Alle Befragten der zweiten Welle erhielten ein Anschreiben, welches die dritte und letzte Welle ankündigte, eine zwölfseitige Broschüre mit einem Überblick über die bereits durchgeführten Analysen der ersten beiden Wellen, und, je nach Experimentalgruppenzugehörigkeit, einen 10 €-Gutschein¹⁵. Von

¹⁴ Kontexte, in den man mit keiner gegengeschlechtlichen Person in Kontakt kommt, wurden beispielsweise ausgefiltert.

¹⁵ Die Zuweisung zu einer der drei Experimentalgruppen wurde über die drei Wellen konstant gehalten, da wir daran interessiert waren, zu testen, welche Experimentalbedingung im Längsschnitt die besten Ergebnisse hervorbringt.

den 498 ausgegeben Adressen konnten 480 kontaktiert werden; 427 Interviews wurden durchgeführt. Dies entspricht einer Kontaktquote von 96 % und einem Rücklauf von 86 % (siehe Tabelle 16).

1. Der Anker-Fragebogen

In der dritten Welle umfasste die Ankerbefragung ein breites Themenspektrum und hatte, im Gegensatz zu den ersten beiden Wellen, keinen dezidierten inhaltlichen Fokus. Vorgesehen war eine Zusammenfassung der ersten beiden Wellen, erstens, um eine zweite oder dritte Messung der wichtigsten abhängigen Variablen zu erhalten und zweitens, um zu untersuchen, wie sehr wir die wichtigsten Module komprimieren können und wie gut diese kompakten Versionen funktionieren.

Im ersten Teil des Interviews wurde den Befragten eine vereinfachte Version des PAPI-LHC vorgelegt, der die Zeitspanne seit dem letzten Interview umfasste. Diese Version des LHC deckte lediglich die Themen Wohnort, Intimbeziehungen sowie die Frage, ob eigene Kinder vorhanden sind und ob diese zusammen mit dem Befragten wohnen, ab. Anschließend wurde zu CAPI gewechselt, um nach bestimmten Ereignissen, die zwischen den Wellen stattgefunden haben könnten, und nach der allgemeinen Zufriedenheit mit der aktuellen Situation zu fragen, sowie um eine Reihe für die Filterführung relevante soziodemographische Daten zu erheben.

Der darauf folgende Abschnitt befasste sich mit Intimbeziehungen. Der Befragte wurde nach dem aktuellen Institutionalierungsstatus der Beziehung, nach Partnerschaftsdynamiken sowie nach der Qualität von und Zufriedenheit mit der gegenwärtigen Beziehung gefragt. Diese Items wurden zum Teil mündlich, zum Teil als PAPI-Fragebogen und zum Teil in CASI¹⁶-Form erhoben. Hatte die Beziehung mit dem Partner der zweiten Welle in der Zwischenzeit geendet, begann dieser Abschnitt mit Fragen über das Ende dieser Beziehung. Alle heterosexuellen Befragten wurden zu einem Modul über Familienplanung und Fertilität gefiltert. Alle Befragten, die mit mindestens einem Elternteil in Kontakt standen, erhielten ein Fragemodul über emotionale und praktische Aspekte der Beziehung zu ihren Eltern. Der letzte große Block bestand aus einer verkürzten Version des Moduls zu sozialen Netzwerken aus der ersten Welle. Die neue Version war bezüglich der verwendeten Zahl der Generatoren und Deskriptoren sparsamer. Darüber hinaus beinhaltete sie globale Items, welche die allgemeine Neigung der

¹⁶ Das Selbstinterview wurde für Fragen zu Sexualität/sexuellem Verhalten gewählt. In diesem Abschnitt wurde auch ein zufälliger Split zwischen Fragereihenfolgen durchgeführt, um zu testen, ob diese die Antworten zu tatsächlicher und gewünschter Häufigkeit von Geschlechtsverkehr sowie die bevorzugte Häufigkeit des Partners beeinflussen.

sozialen Umgebung der Befragten hinsichtlich Familienthemen messen sollten¹⁷. Die letzten Module des Interviews behandelten Einkommen und Konsumverhalten. Schließlich wurden Befragten, die seit der zweiten Welle eine neue Beziehung begonnen hatten, einige Follow-Up Fragen zum eigenen Heiratsmarkt gestellt.

Tabelle 17: CAPI Welle 3, thematischer Überblick

Module	Filterführung
Life-history Calendar, Lebenszufriedenheit, Soziodemographie	alle
Ende der letzten Beziehung	bei Trennung
Qualität und Dynamik der intimen Beziehung (CAPI, CASI, PAPI)	falls in einer Partnerschaft lebend
Fertilität und Familienplanung (CAPI, PAPI)	Heterosexuelle
Value of children	alle
Intergenerationale Beziehungen	alle
Soziales Netzwerk (Generatoren, Deskriptoren und globale Items)	alle
Einkommen und Konsum	alle
Heiratsmarkt (follow-up)	falls eine Partnerschaft innerhalb des letzten Jahres begonnen worden war
Zustimmung (drop-off, Partnerbefragung, Elternbefragung) und Interviewerprotokoll	alle

Der innovativste Aspekt des Fragebogens der dritten Welle war die Implementierung des Dependent Interviewing (DI, einen Literaturüberblick hierzu gibt Jäckle 2006), um Filterführung und Datenqualität zu verbessern. Informationen aus der zweiten Welle über Partnerschaft, Beruf, sexuelle Orientierung und Eltern wurden in die dritte Welle übertragen. Somit konnte die Wiederholung einiger Fragen vermieden und schnell wichtige Veränderungen im persönlichen und beruflichen Leben der Befragten identifiziert werden.

Die verwendete Software, Ci3 von Sawtooth, unterstützt DI nicht, so dass kreative Lösungen gefunden werden mussten. Die meisten der benötigten Variablen wurden in einen numerischen Code chiffriert, den die Interviewer zu Be-

¹⁷ In den Netzwerkabschnitt wurde ein weiteres methodologisches Experiment eingebaut. Den Befragten wurde eine vordruckte PAPI-Liste ausgehändigt, die sie für die Generierung der Mitglieder ihres sozialen Netzwerks verwenden sollten. Wir vermuteten, dass die Länge der vordruckten Liste eine Erwartung über die Netzwerkgröße suggerieren und die Anzahl der genannten Personen beeinflussen könnte. Daher setzten wir in München und Chemnitz eine Liste mit 30 Feldern und eine Liste mit lediglich 20 Feldern in Bremen und Mannheim ein.

ginn des Interviews eingeben mussten. Da der Code auf den Kontaktbogen gedruckt wurde, war eine Verschlüsselung nötig, um die Privatsphäre der Befragten zu schützen. Um Eingabefehler zu vermeiden, mussten die Interviewer den Code zweimal eintippen. Eine zweite Möglichkeit stellt die Einbettung der Informationen in den Programmtext dar. Diese Vorgehensweise kam lediglich für eine sehr begrenzte Anzahl von Variablen in Frage, da die Anzahl der Programmzeilen hierdurch sehr schnell anwächst, was dazu führt, dass das CAPI-Instrument sehr instabil wird und das Risiko eines Programmabsturzes steigt. Diese zweite Lösung wurde bei den Follow-Up Fragen zum Heiratmarkt eingesetzt.

Unseres Wissens war dies der erste Versuch in Deutschland, DI einzusetzen. Im wissenschaftlichen Diskurs wird überwiegend angenommen, dass die Deutschen zu sehr um ihre Privatsphäre besorgt sind und daher negativ reagieren, wenn ihre Antworten aus einem früheren Interview erwähnt werden. Zwei Arten des DI wurden getestet: Reaktives DI wurde eingesetzt, um herauszufinden, ob eine Beziehung zwischen den Wellen geendet hatte oder begonnen wurden, welche sexuelle Orientierung der Befragte hat und für Informationen über die Eltern. „Reaktiv“ bedeutet, dass die Informationen aus der zweiten Welle nur offen gelegt wurden, falls Diskrepanzen mit den in der dritten Welle gegebenen Antworten auftraten. Für die Fragen zur Berufsbiographie entschieden wir uns für ein Experiment: reaktives DI bei einer Hälfte der Befragten und proaktives DI bei der anderen Hälfte („In der zweiten Welle haben wir bei Ihnen eingegeben, dass...“). Außerdem wurde bei den LHC in Chemnitz und Bremen bereits der Monat, in dem das Interview der zweiten Welle stattgefunden hatte, aufgedruckt.

Unsere Erfahrungen mit DI waren sehr positiv: Keiner der Befragten beschwerte sich über die Bezugnahme auf frühere Antworten, weder während des Interviews noch in den Feedbackbögen. Ebenso berichtete kein Interviewer über unangenehme Situationen während des Interviews. Im Durchschnitt dauerte das Interview etwa eine Stunde (59 Minuten). Mit proaktivem DI war aber die Durchschnittsdauer der Interviews um ca. zwei Minuten kürzer als Interviews mit reaktivem DI. Dieser Unterschied ist statistisch nicht signifikant. Beachtet man jedoch, dass das Experiment lediglich bei einem einzigen Frageabschnitt angewandt wurde, kann vermutet werden, dass proaktives DI ein mögliches Mittel zur Entwicklung effizienterer Fragebögen ist.

2. Das Multi-Actor-Design

In der dritten Welle wurden zwei Elemente des Multi-Actor-Designs eingesetzt: Partnerbefragung und Elternbefragung. Während des CAPI-Interviews mit dem Anker baten wir um Einverständnis, den Partner erneut zu kontaktieren, dieses Mal für ein 30-minütiges Telefoninterview, welches im Februar 2007 durchgeführt werden sollte. Aus diesem Grund wurden Telefonnummern erhoben, unter denen die Partner zu erreichen sind. Auf Wunsch der Befragten riefen die Inter-

viewer zu einem späteren Zeitpunkt zurück, so dass die Anker ihre Partner zunächst um Erlaubnis fragen konnten. In diesem Fall gab der Interviewer dem Anker einen Brief für den Partner, in dem das Ziel der Studie erklärt wurde und, falls zutreffend, ein bedingtes Incentive in Form eines 10 €-Einkaufsgutscheins angekündigt wurde. Insgesamt war die Kooperation relativ hoch; 76 % der Befragten mit Partner nannten eine Telefonnummer. Erstaunlicherweise lag die Kooperation in der jüngsten Kohorte allerdings deutlich niedriger. Hier verweigerte ein Anteil von 43 % der Befragten mit einem Partner die Teilnahme ihres Partners. Die Feldphase wurde zwischen 5. und 10. Februar 2007 in Mannheim durchgeführt. Die gesamte Ausschöpfung liegt bei 64 %. Damit war die Ausschöpfung der Partnerbefragung in W3 um etwa 9 Prozentpunkte höher als in W1 und W2. Wir führen dies auf den Einsatz von CATI im Unterschied zu PAPI in W1 und W2 zurück. Als besonders positiv bewerten wir die Tatsache, dass die Ausschöpfung in der ersten und dritten Kohorte wesentlich gesteigert werden konnte.

Tabelle 18: Kooperation bei Partnerbefragung in Welle 3 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Telefonnummer beim Interview verweigert	26 (43,33)	13 (17,11)	20 (18,18)	59 (23,98)
Telefonnummer vorhanden	34 (56,67)	63 (82,89)	90 (81,82)	187 (76,02)
Telefonnummer ungültig	1	2	3	6
% der Befragten mit Partner	(1,67)	(2,63)	(2,73)	(2,44)
% der vorhandenen Telefonnummern	(2,94)	(3,17)	(3,33)	(3,21)
Verweigerung/nicht Erreichbar	4	10	11	25
% der Befragten mit Partner	(6,67)	(13,16)	(10,00)	(10,16)
% der vorhandenen Telefonnummern	(11,76)	(15,87)	(12,22)	(13,37)
vollständiges Interview	29	51	76	156
% der Befragten mit Partner	(48,34)	(67,10)	(69,09)	(64,41)
% der vorhandenen Telefonnummern	(85,29)	(80,95)	(84,44)	(83,42)
Gesamtzahl Befragter mit Partner	60	76	110	246

Teil der dritten Welle war auch eine Wiederholungsbefragung der Eltern. Da diese im Vorfeld nicht angekündigt worden war, durften die Kontaktinformationen aus der zweiten Welle des MP nicht erneut benutzt werden. Aus diesem Grund musste eine Einwilligung der Zielperson eingeholt werden, die Eltern erneut zu kontaktieren und deren Adressen erneut erhoben werden. Die Befragten

¹⁸ Dies könnte zurückzuführen sein auf Verweigerungen, kein Kontakt möglich nach 30 Rückrufen, oder weil der Befragte während der Feldphase nicht befragbar war.

wurden darüber informiert, dass ihre Eltern einen 10 €-Einkaufsgutschein bei Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens erhalten würden.

Auch in diesem Fall war die Mitarbeit hoch. Für insgesamt 598 Elternteile wurden die Kontaktdaten erhoben, was 72 % der potentiell erreichbaren Elternteile entspricht. Allen Elternteilen, deren Kontaktdaten wir erhalten hatten, wurde im Januar 2007 ein postalischer Fragebogen zugeschickt. Ein Erinnerungsschreiben wurde Anfang Februar an all diejenigen versandt, die ihren Fragebogen noch nicht zurückgeschickt hatten. Insgesamt kamen 440 Fragebögen zurück, was einer Rücklaufquote von beinahe 53% entspricht und nur geringfügig niedriger als in der vorangegangenen Welle ist. Dieses sehr positive Ergebnis wurde aufgrund einer sehr hohen Kooperation der Eltern (+ 3 Prozentpunkte) erzielt, was den etwas geringeren Prozentsatz der Einverständniserklärungen der Anker kompensierte.

Tabelle 19: Ausschöpfung bei Elternbefragung in Welle 3 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Elternteile mit Kontakt zu Anker	346	245	234	825
Verweigert beim Interview	65 (18,79)	83 (33,88)	79 (33,76)	227 (27,52)
Adresse vorhanden	281 (81,21)	162 (66,12)	155 (66,24)	598 (72,48)
Fehlende Fälle	76	45	37	158
% potentieller Elternteile	(21,97)	(18,37)	(15,81)	(19,15)
% verfügbarer Adressen	(27,05)	(27,78)	(23,87)	(26,42)
Auswertbare Fälle	205	117	118	440
% potentieller Elternteile	(59,25)	(47,76)	(50,43)	(53,33)
% verfügbarer Adressen	(72,95)	(72,22)	(76,13)	(73,58)

3. Der Drop-Off-Fragebogen

Ein neues Element in der dritten Welle war der Drop-off-Fragebogen zur Erhebung detaillierterer Daten der ökonomischen Situation des Haushalts des Befragten. Dieser Drop-off-Fragebogen wurde nur bei den beiden älteren Kohorten eingesetzt und umfasste Themen wie Wohnen, wahrgenommenes Einkommen, Haushaltsausgaben und Konsum, sowie einige Fragen zur Zeitverwendung des Ankers. Bei Zustimmung der Befragten übergab der Interviewer ein Paket mit dem Fragebogen, einem frankierten Rückumschlag sowie einem personalisierten Brief, der den Zweck der Studie darlegte und ein bedingtes Incentive in Form eines Lotterieloses ankündigte. Von 261 möglichen Befragten verweigerten lediglich 21 (8 %) den Drop-Off und 110 (42 %) schickten einen ausgefüllten Fragebogen zurück.

Tabelle 20: Rücklauf Drop-Off-Fragebogen in Welle 3 (nach Kohorte)

	K1: 1988-90	K2: 1978-80	K3: 1968-70	Gesamt
Beim Interview verweigert	--	14 (11,20)	7 (5,15)	21 (8,05)
Fehlende Fragebögen	--	54 (43,20)	76 (55,88)	130 (49,81)
Auswertbare Fälle	--	53 (45,60)	53 (38,97)	110 (42,15)
Gesamt	--	125	136	261

VI. Bereit für das deutsche Familienpanel – Was wir gelernt haben

1. Ausschöpfungsquote

Die (bedingte) Ausschöpfungsquote stieg über die drei Wellen an (siehe Abbildung 1). In der ersten Welle betrug die Ausschöpfung 52 % (Netto), in der zweiten Welle 75 % und in der dritten Welle 86 % (jeweils Brutto). Diese Muster beobachtet man generell bei Panelstudien. Verglichen mit dem SOEP sind unsere bedingten Ausschöpfungsquoten in der zweiten und dritten Welle um etwa 10 bzw. 5 Prozentpunkte niedriger. Dafür ist die Ausschöpfungsquote in der ersten Welle höher. Die Ursache dafür ist bislang unklar. Es lässt sich vermuten, dass das Thema „Familie“ für viele Befragte interessant ist und die Teilnahmebereitschaft deshalb in der ersten Welle höher war. Bedingt durch den Pilotcharakter des MP enthielten die Fragebögen allerdings einige komplexe Instrumente, weshalb manche Befragte die weitere Teilnahme dann doch verweigerten.

Panelmortalität betrifft die drei Kohorten in unterschiedlichem Maße. Die erste Kohorte ist allgemein leichter zu kontaktieren und kooperiert häufiger, während die zweite Kohorte den stärksten Rückgang aufweist. Die erste Kohorte repräsentiert aus diesem Grund beinahe 39 % der Befragten in der dritten Welle, während die mittlere Kohorte nur mehr 29 % ausmacht. Die dritte Kohorte bildet die verbleibenden 32 % der Befragten (siehe Abbildung 2). Es konnte festgestellt werden, dass die etwas geringere Ausschöpfungsquote der zweiten Kohorte verglichen mit den anderen beiden Kohorten hauptsächlich auf die geringeren Kontaktquoten in dieser Gruppe und weniger auf unterschiedliche Kooperationsquoten zurückzuführen ist. Unserer Ansicht nach hängt dies mit der höheren Mobilität der zweiten Kohorte zusammen, insbesondere wenn, wie im vorliegenden Fall, ausschließlich Bewohner (mittel-)großer Städte befragt werden.

Abbildung 1: Bedingte Ausschöpfungsquoten (RR) nach Kohorte

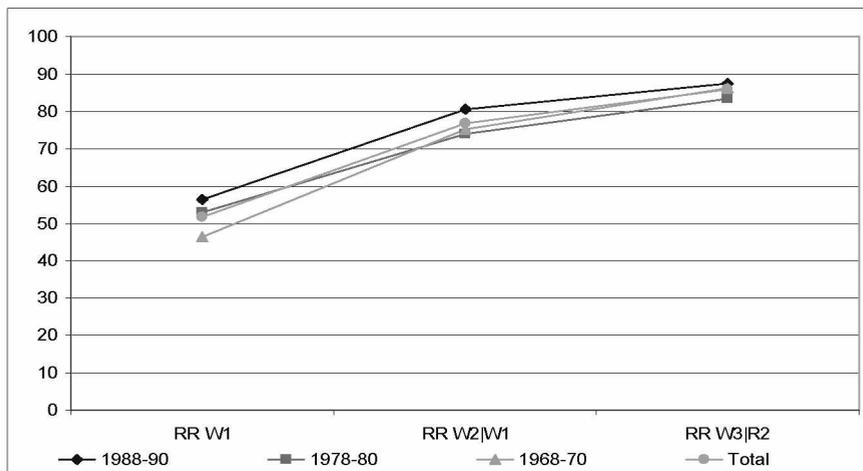
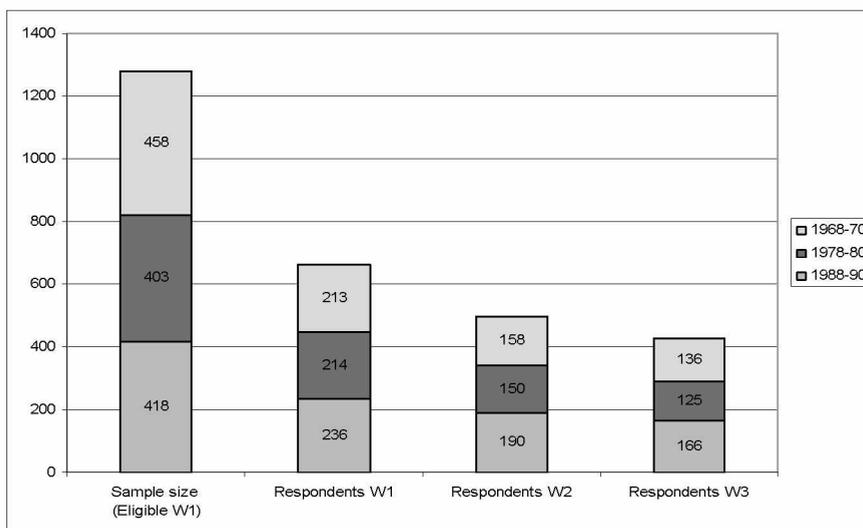


Abbildung 2: Stichprobengröße nach Kohorte über die Wellen (absolute Zahlen)



Für das Familienpanel stimmen uns diese Ergebnisse optimistisch. Die Ausschöpfungsquoten des MP scheinen bereits ausreichend hoch. Man kann begründet vermuten, dass im Familienpanel sogar noch höhere Ausschöpfungsquoten erreichbar sein sollten. Dies aus mehreren Gründen: 1) durch den Einsatz eines professionellen Befragungsinstituts, 2) durch den Einsatz von bedingten Incentives, die im MP die höchste Ausschöpfung erzeugten (s.u.), 3) durch die Ausweitung der Grundgesamtheit auch auf ländliche Gebiete, in denen die Ausschöpfungsquoten erfahrungsgemäß höher sind, 4) durch die konsequente

Nachverfolgung der aus einer Gemeinde Verzogenen, 5) durch eine längere Feldzeit pro Welle, da der Wellenabstand auf ein Jahr verlängert wird und 6) durch eine Verringerung der „Respondent-Burden“, weil im Hauptpanel keine experimentellen Instrumente eingesetzt werden müssen.

2. Multi-Methods und Multi-Actor Design

PAPI vs. CATI bei der Partnerbefragung

In der dritten Welle wurde für die Partnerbefragung von PAPI zu CATI gewechselt, um festzustellen, durch welche Methode höhere Ausschöpfungsquoten realisiert werden können. Insgesamt lieferte die CATI-Befragung bessere Ergebnisse. Etwa 63 % der Partner wurden interviewt, während in den ersten beiden Wellen lediglich etwa 55 % der Partner einen ausgefüllten Fragebogen zurückschickten.

Dies liegt an der deutlich höheren Teilnahmebereitschaft der Partner beim CATI-Modus. Dagegen verweigerten überraschenderweise die Anker die Telefonnummer ihrer Partner häufiger als deren postalische Adresse (24 % vs. 13 %). Dies ist in der ersten Kohorte besonders problematisch. Bei der PAPI-Befragung weigerten sich 20 % der Anker der jüngsten Kohorte, die Adresse ihres Partners zu nennen, während dieser Anteil bei den beiden älteren Kohorten jeweils bei etwa 12 % lag. Die Verweigerungsquote stieg bei der CATI-Befragung auf 43 % in der ersten, und etwa 18 % in der zweiten und dritten Kohorte.

CASI für intime Fragen

Ein wichtiges Ziel von PAIRFAM ist die Untersuchung intimer Beziehungen. Als wichtige Indikatoren für die Beziehungsqualität werden die Häufigkeit des Geschlechtsverkehrs und die Zufriedenheit damit angesehen. Daher wurde bereits im Mini-Panel die Akzeptanz von Fragen zu diesem Thema geprüft. Fragen über das Sexualverhalten wurden in CASI als Selbstausfüller gestellt. Dies gewährleistet die Privatsphäre des Befragten nicht nur bei der direkten Beantwortung der Fragen, sondern auch nach dem Interview, da die Daten für Dritte nicht unmittelbar zugänglich sind. Obwohl keine Vergleichsgruppe zur Verfügung steht und die Qualität der Angaben noch nicht analysiert wurde, vermittelt das Feedback der Interviewer einen positiven Eindruck. Insgesamt hatten die Befragten keine Schwierigkeiten, die höchst intimen Fragen zu beantworten.

PAPI, Drop-Off und Tagebuch

Zusätzlich zu CAPI wurden in allen drei Wellen Papierfragebögen für das Ankerinterview verwandt. Dies ermöglichte erstens, während des Interviews von einem Medium zu einem anderen zu wechseln, was die Aufmerksamkeit der Befragten aufrechtzuerhalten schien. Zweitens stand den Interviewern dadurch Zeit zur Verfügung, die Informationen aus dem LHC und weitere Daten einzugeben, ohne das Interview zu unterbrechen. Schließlich war es möglich, wertvolle In-

formationen zumindest für einige Befragte zu erheben, da den Teilnehmern die Wahl zwischen verschiedenen Belastungsstufen möglich war.

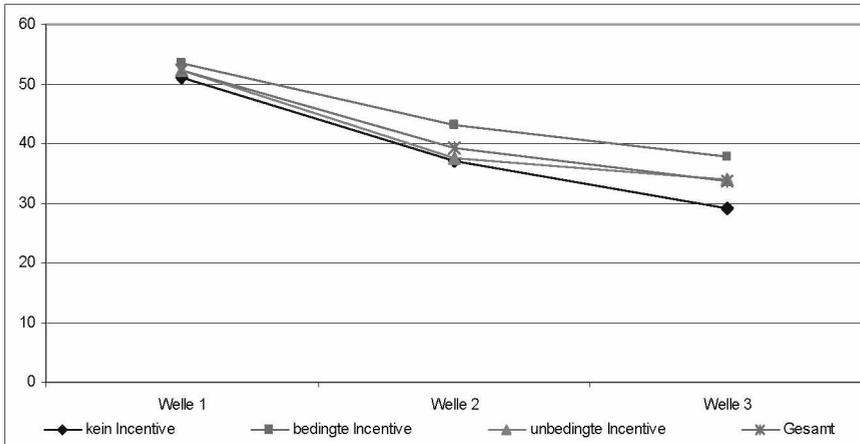
Multi-Actor Design

Aus inhaltlichen Gründen war es notwendig, die Partner, Kinder und Eltern der Anker zu befragen. Besonders der Rücklauf der Partner und der Eltern unterschieden sich zwischen den Kohorten. Erstens wollte oder konnte die jüngste Kohorte seltener als die beiden älteren Kohorten die Erlaubnis erteilen, ihre Partner zu kontaktieren. Zweitens kooperierten die Partner der ersten Kohorte seltener. Der niedrige Rücklauf bei den Partnerinterviews der ersten Kohorte lässt sich wahrscheinlich durch die geringere Institutionalisierung der Beziehung erklären. Demgegenüber war der Rücklauf der Eltern bei der ersten Kohorte deutlich höher als bei den beiden älteren Kohorten. Wir nehmen an, dass dieser Unterschied hauptsächlich darauf beruht, dass die Befragten der ersten Kohorte häufiger noch bei ihren Eltern leben. Wir beabsichtigen, diese Hypothesen weiter zu untersuchen, um effektivere Vorgehensweisen zu entwickeln und ein besseres Verständnis möglicher Verzerrungen zu gewinnen. Der für die Kohorten unterschiedliche Institutionalisierungsgrad der Beziehungen führt auch dazu, dass die mittels LHC erhobene Beziehungsbiographie für die jüngste Kohorte relativ gesehen mehr Episoden aufweist als für die älteren Kohorten, da kohortenspezifische Beziehungsdefinitionen zugrunde liegen.

3. Effekte der Incentives

Die Ergebnisse des Anreiz-Experiments deuten darauf hin, dass in der ersten Welle die Incentives (bedingt oder unbedingt) die Ausschöpfungsquote nur wenig erhöhen. In der zweiten Welle konnte für die Gruppe mit den bedingten Incentives die beste Ausschöpfungsquote (80 % vs. 72 %) erzielt werden, während in der dritten Welle die Ausschöpfung beider Incentive-Gruppen besser war als in der Gruppe ohne Incentives (89 % vs. 76 %). Für die erste Welle stellt sich heraus, dass bedingte Incentives bei weniger qualifizierten Interviewern die Kooperationsraten um etwa 10 % verbessern konnten. Bei geschickteren Interviewern ergaben sich jedoch keine Unterschiede zwischen den Incentive-Gruppen. Bislang wurden noch keine vergleichbaren Analysen mit den Daten der zweiten und dritten Welle durchgeführt; die vorläufigen Befunde deuten jedoch darauf hin, dass bedingte Incentives zur Verbesserung der Ausschöpfung in der Hauptstudie geeignet sind.

Abbildung 3: Kumulierte Ausschöpfungsquoten (RR) nach experimentaler Gruppe



Ein weiterer Aspekt für zukünftige Analysen ist die Frage, ob Incentives die Datenqualität (operationalisiert als Anteil fehlender Werte) beeinflussen (siehe auch Singer 2002).

VII. Fazit

In Anbetracht der schwierigen Zielgruppe (Jugendliche und junge Erwachsene in einem urbanen Umfeld), der Tatsache, dass aufgrund der kurzen Intervalle zwischen den Wellen die Feldphasen relativ schnell durchgeführt werden mussten, und der nicht-professionellen Interviewer, liefert das Mini-Panel unseres Erachtens ansehnliche Ergebnisse. Weiterhin – wie an mehreren Stellen angedeutet – erhielten wir aus dem Mini-Panel wertvolle Hinweise bezüglich einer Optimierung des Designs für das Hauptpanel. Diesbezüglich kann hier allerdings noch nicht der letzte Stand berichtet werden, da gegenwärtig noch nicht alle der zahlreichen im MP enthaltenen Experimente ausgewertet sind.

VIII. Literatur

- AAPOR, 2000*: Standard Definitions. Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. Lenexa, Kansas: AAPOR.
- AAPOR, 2004*: Standard Definitions. Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. Lenexa, Kansas: AAPOR.
- Castiglioni, Laura und Klaus Pferr, 2007*: The Effect of Incentives in Reducing Non-response Bias in Multi-actor Surveys. 2nd ESRA Conference, Prag, 25-29 June 2007.

-
- Haarmann, Alexander, Evi Scholz, Martina Wasmer, Michael Blohm und Janet Harkness*, 2006: Konzeption und Durchführung der „Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften“ (ALLBUS) 2004. ZUMA-Methodenbericht 2006/06, Mannheim: ZUMA.
- Jäckle, Annette*, 2006: Dependent Interviewing: A Framework and Application to Current Research. ISER Working Papers 2006-32, Colchester: University of Essex.
- Porst, Rolf, Sabine Ranft und Bernd Ruoff*, 1998: Strategien und Maßnahmen zur Erhöhung der Ausschöpfungsquoten bei sozialwissenschaftlichen Umfragen. Ein Literaturbericht. ZUMA Arbeitsbericht, Mannheim: ZUMA.
- Singer, Eleanor*, 2002: The use of incentives to reduce nonresponse in household surveys. S. 163-177 in: R. M. Groves, D. A. Dillman, J. L. Eltinge und R. J. A. Little, Survey Nonresponse. NY: Wiley.
- Singer, Eleanor, John Van Hoewyk, Nancy Gebler, Trivellore Raghunathan und Katherine McGonagle*, 1999: The Effect of Incentives on Response Rates in Interviewer-Mediated Surveys. *Journal of Official Statistics* 15: 217-230.
- Willimack, Diane K., Howard Schuman, Beth Ellen Pennel und James M. Lepowski*, 1995: Effects of a Prepaid Nonmonetary Incentive on Response Rates and Response Quality in a Face-to-Face Survey. *Public Opinion Quarterly* 59: 78-92.
- Yu, Julie und Harris Cooper*, 1983: A Quantitative Review of Research Design Effects on Response Rates to Questionnaires. *Journal of Marketing Research (JMR)* 20: 36-44.