

## Projekt "Der Einfluss der Methodik auf das Vertrauen in Umfrageergebnisse": Kognitiver Pretest

Hadler, Patricia; Lenzner, Timo; Scholl, Joanna; Finzer, Marisa; Neuert, Cornelia

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

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

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hadler, P., Lenzner, T., Scholl, J., Finzer, M., & Neuert, C. (2023). *Projekt "Der Einfluss der Methodik auf das Vertrauen in Umfrageergebnisse": Kognitiver Pretest*. Mannheim: GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.17173/pretest137>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

### Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

2023|07

**Projekt „Der Einfluss der  
Methodik auf das Vertrauen in  
Umfrageergebnisse“**

**Kognitiver Pretest**

**Dezember 2023**

*Patricia Hadler, Timo Lenzner,  
Joanna Scholl, Marisa Finzer &  
Cornelia Neuert*



GESIS Projektbericht 2023|07

# Projekt „Der Einfluss der Methodik auf das Vertrauen in Umfrageergebnisse“

Kognitiver Pretest

Dezember 2023

*Patricia Hadler, Timo Lenzner, Joanna Scholl,  
Marisa Finzer & Cornelia Neuert*

## **GESIS-Projektberichte**

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften  
Survey Design and Methodology  
Postfach 12 21 55  
68072 Mannheim

Telefon: 0621 1246 - 0  
Telefax: 0621 1246 - 100  
E-Mail: [pretesting@gesis.org](mailto:pretesting@gesis.org)

DOI: [10.17173/pretest137](https://doi.org/10.17173/pretest137)

### *Zitierweise*

Hadler, P.; Lenzner, T.; Scholl, J. et al. (2023): Projekt „Der Einfluss der Methodik auf das Vertrauen in Umfrageergebnisse“. Kognitiver Pretest. *GESIS Projektbericht*. Version: 1.0. GESIS - Pretestlabor. <http://doi.org/10.17173/pretest137>

# Inhalt

---

	Seite
1 Hintergrund des Pretests .....	5
2 Stichprobe .....	6
3 Methode im Pretest .....	7
4 Zu testende Frageversionen .....	8
Version 1 (Intervention, kein Zitat eines Politikers) .....	8
Version 2 (Intervention, Zitat eines Politikers) .....	9
Version 3 (keine Intervention, kein Zitat eines Politikers) .....	10
Version 4 (keine Intervention, Zitat eines Politikers) .....	10
5 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	11
6 Ergebnisse zu den Variationen im Fragetext.....	12
6.1 Intervention (Informationstext zur Vertrauenswürdigkeit von Umfrageergebnissen) .....	12
6.2 Zitat eines Politikers (Bestandteil des Einleitungstexts zur Umfrage) .....	16
7 Ergebnisse zur Frage .....	19
8 Anhang: Kognitiver Leitfaden .....	26
9 Glossar: Kognitive Techniken .....	28



---

## 1 Hintergrund des Pretests

---

Mithilfe des Internets und auf Basis von nicht zufallsbasierten Verfahren der Stichprobenziehung lassen sich heutzutage Umfragen mit großen Fallzahlen sehr kostengünstig realisieren. Da Umfrageergebnisse zugleich einen hohen Nachrichtenwert besitzen, werden immer mehr Umfrageergebnisse in den Medien veröffentlicht. Vor allem bei nicht zufallsbasierten Verfahren der Rekrutierung von Teilnehmenden besteht jedoch die Gefahr, dass die veröffentlichten Umfrageergebnisse ein verzerrtes Bild der öffentlichen Meinung transportieren. Dies ist problematisch, da es der bisherige Forschungsstand zumindest fraglich erscheinen lässt, dass die Mehrzahl der Rezipienten von Umfrageergebnissen in der Lage ist, die Qualität von Umfragen zu beurteilen. Vor diesem Hintergrund wurde eine Intervention entwickelt, in deren Rahmen Personen über die Rolle des Auswahlverfahrens (zufallsbasiert vs. nicht zufallsbasiert) und der Fallzahl für die Qualität einer Umfrage aufgeklärt werden. Diese Intervention soll im GESIS Panel implementiert werden. Dazu erhalten die Personen zunächst einen Informationstext, auf den eine fiktive Umfrage folgt. Deren Ergebnis wird zudem bei jeder zweiten Person von einem fiktiven Politiker interpretiert. Im Anschluss werden die Personen gebeten anzugeben, wie sehr sie dem Umfrageergebnis vertrauen.

Ziel des Pretests war es, mit Hilfe von kognitiven Interviews zu überprüfen, welche Informationen über die Umfrage von den Testpersonen erinnert werden, und ob das Vertrauen der Testpersonen in das Umfrageergebnis von Informationen zur Bedeutung der Zufallsauswahl bei der Stichprobenziehung und/oder dem Politikerzitat zum Umfrageergebnis beeinflusst werden.

## 2 Stichprobe

### Anzahl der kognitiven

**Interviews:** 30

**Auswahl der Zielpersonen:** Quotenauswahl

**Quotierungsmerkmale:** Die Testpersonen wurden auf Basis der folgenden Quoten rekrutiert: Geschlecht (m/w) x Alter (18 – 39 Jahre/40+ Jahre) x Bildung (mit/ohne Hochschulzugangsberechtigung), wobei eine annähernde Gleichverteilung der Merkmale innerhalb der vier Experimentalgruppen angestrebt wurde. Jeweils zehn Personen erhielten die Frageversionen 1 und 2 und jeweils fünf Personen die Frageversionen 3 und 4. Die realisierte Stichprobe ist in Tabelle 1 dargestellt.

**Tabelle 1.** Realisierte Stichprobe

	<b>Version 1</b>	<b>Version 2</b>	<b>Version 3</b>	<b>Version 4</b>	<b>Σ</b>
weiblich	6	5	2	3	<b>14</b>
männlich	4	5	3	2	<b>16</b>
18 – 39 Jahre	5	6	3	1	<b>15</b>
40+ Jahre	5	4	2	4	<b>15</b>
Ohne Hochschulzugangsberechtigung	5	3	3	2	<b>13</b>
Mit Hochschulzugangsberechtigung	5	7	2	3	<b>17</b>
<b>Σ</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>30</b>

---

### 3 Methode im Pretest

---

<b>Feldzeit:</b>	29. September bis 27. Oktober 2023
<b>Anzahl der Interviewer*innen:</b>	3
<b>Befragungsmodus:</b>	PAPI
<b>Pretestmodus:</b>	CAPI
<b>Vorgehensweise:</b>	Die kognitiven Interviews wurden persönlich-mündlich durchgeführt und per Audioaufnahme aufgezeichnet. Die Interviewer*innen legten den Testpersonen zunächst die zu testende Frage (in einer der vier Experimentalversionen) auf Papier vor und baten sie, die Frage durchzulesen und zu beantworten. Die kognitiven Nachfragen wurden direkt nach der Beantwortung der Frage gestellt (s. kognitiver Leitfaden im Anhang).
<b>Eingesetzte kognitive Techniken:</b>	Process Probing, Category Selection Probing, Paraphrasing, Specific Probing
<b>Interviewdauer:</b>	5 Minuten
<b>Testpersonenhonorar:</b>	15 Euro (für ein insgesamt ca. 30minütiges Interview, an dessen Ende die in diesem Bericht dargestellten Frageversionen getestet wurden)

## 4 Zu testende Frageversionen

### Version 1 (Intervention, kein Zitat eines Politikers)

Nun geht es um die Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen.

Umfragen wollen etwas über die ganze Bevölkerung aussagen, obwohl in ihnen nur wenige Menschen befragt werden. Wie gut das funktioniert, hängt vor allem davon ab, wie die Teilnehmenden ausgewählt werden.

Bei einer Zufallsauswahl werden die Teilnehmenden zufällig ausgewählt und befragt. Oft werden hierbei Menschen aus dem Melderegister zufällig ausgewählt. Das Melderegister enthält die Namen und Adressen aller Menschen, die in Deutschland leben. Mit einer solchen Umfrage mit Zufallsauswahl kann man auch mit wenigen Teilnehmenden genaue Aussagen über die gesamte Bevölkerung machen.

Wenn man die Teilnehmenden nicht zufällig auswählt, kann man die Ergebnisse nicht auf die ganze Bevölkerung übertragen. Das gilt auch dann, wenn sehr viele Menschen an der Umfrage teilnehmen. Wenn man zum Beispiel die Umfrage nur auf bestimmten Internetseiten bewirbt, ist es nicht zufällig, wer die Anzeigen sieht und wer nicht.

Eine Umfrage mit Zufallsauswahl ist somit immer besser als eine Umfrage ohne Zufallsauswahl, egal wie viele Personen an der Umfrage teilgenommen haben. Denn in Umfragen mit Zufallsauswahl sind die Teilnehmenden ein verkleinertes Abbild der Bevölkerung. In Umfragen ohne Zufallsauswahl ist das normalerweise nicht der Fall.

In einer kürzlich veröffentlichten Umfrage sprachen sich 67 Prozent der Befragten für die sogenannte Bürgerversicherung aus. In dieser zahlen auch Beamte und Selbstständige Beiträge in die gesetzliche Kranken- und Rentenversicherung. Für die Umfrage warb das Institut Demoskopia auf verschiedenen Internetseiten und konnte knapp 10.000 Teilnehmende gewinnen.

#### Wie sehr vertrauen Sie dem Ergebnis dieser Umfrage?

- 1 – Vertraue ich überhaupt nicht
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Vertraue ich voll und ganz
  
- Weiß ich nicht*

## Version 2 (Intervention, Zitat eines Politikers)

Nun geht es um die Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen.

Umfragen wollen etwas über die ganze Bevölkerung aussagen, obwohl in ihnen nur wenige Menschen befragt werden. Wie gut das funktioniert, hängt vor allem davon ab, wie die Teilnehmenden ausgewählt werden.

Bei einer Zufallsauswahl werden die Teilnehmenden zufällig ausgewählt und befragt. Oft werden hierbei Menschen aus dem Melderegister zufällig ausgewählt. Das Melderegister enthält die Namen und Adressen aller Menschen, die in Deutschland leben. Mit einer solchen Umfrage mit Zufallsauswahl kann man auch mit wenigen Teilnehmenden genaue Aussagen über die gesamte Bevölkerung machen.

Wenn man die Teilnehmenden nicht zufällig auswählt, kann man die Ergebnisse nicht auf die ganze Bevölkerung übertragen. Das gilt auch dann, wenn sehr viele Menschen an der Umfrage teilnehmen. Wenn man zum Beispiel die Umfrage nur auf bestimmten Internetseiten bewirbt, ist es nicht zufällig, wer die Anzeigen sieht und wer nicht.

Eine Umfrage mit Zufallsauswahl ist somit immer besser als eine Umfrage ohne Zufallsauswahl, egal wie viele Personen an der Umfrage teilgenommen haben. Denn in Umfragen mit Zufallsauswahl sind die Teilnehmenden ein verkleinertes Abbild der Bevölkerung. In Umfragen ohne Zufallsauswahl ist das normalerweise nicht der Fall.

In einer kürzlich veröffentlichten Umfrage sprachen sich 67 Prozent der Befragten für die sogenannte Bürgerversicherung aus. In dieser zahlen auch Beamte und Selbstständige Beiträge in die gesetzliche Kranken- und Rentenversicherung. Für die Umfrage warb das Institut Demoskopia auf verschiedenen Internetseiten und konnte knapp 10.000 Teilnehmende gewinnen. Der sozialpolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion bewertete das Ergebnis in einer Stellungnahme wie folgt: „Die Umfrage zeigt: In der Bevölkerung gibt es eine eindeutige Mehrheit für die Bürgerversicherung. Dieses Ergebnis müssen wir ernst nehmen und als politischen Auftrag begreifen.“

### Wie sehr vertrauen Sie dem Ergebnis dieser Umfrage?

- 1 – Vertraue ich überhaupt nicht
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Vertraue ich voll und ganz
  
- Weiß ich nicht*

### Version 3 (keine Intervention, kein Zitat eines Politikers)

Nun geht es um die Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen.

In einer kürzlich veröffentlichten Umfrage sprachen sich 67 Prozent der Befragten für die sogenannte Bürgerversicherung aus. In dieser zahlen auch Beamte und Selbstständige Beiträge in die gesetzliche Kranken- und Rentenversicherung. Für die Umfrage warb das Institut Demoskopia auf verschiedenen Internetseiten und konnte knapp 10.000 Teilnehmende gewinnen.

#### Wie sehr vertrauen Sie dem Ergebnis dieser Umfrage?

- 1 – Vertraue ich überhaupt nicht
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Vertraue ich voll und ganz

*Weiß ich nicht*

### Version 4 (keine Intervention, Zitat eines Politikers)

Nun geht es um die Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen.

In einer kürzlich veröffentlichten Umfrage sprachen sich 67 Prozent der Befragten für die sogenannte Bürgerversicherung aus. In dieser zahlen auch Beamte und Selbstständige Beiträge in die gesetzliche Kranken- und Rentenversicherung. Für die Umfrage warb das Institut Demoskopia auf verschiedenen Internetseiten und konnte knapp 10.000 Teilnehmende gewinnen. Der sozialpolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion bewertete das Ergebnis in einer Stellungnahme wie folgt: „Die Umfrage zeigt: In der Bevölkerung gibt es eine eindeutige Mehrheit für die Bürgerversicherung. Dieses Ergebnis müssen wir ernst nehmen und als politischen Auftrag begreifen.“

#### Wie sehr vertrauen Sie dem Ergebnis dieser Umfrage?

- 1 – Vertraue ich überhaupt nicht
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Vertraue ich voll und ganz

*Weiß ich nicht*

---

## 5 Zusammenfassung der Ergebnisse

---

Die zentralen Ergebnisse der kognitiven Interviews sollen im Folgenden kurz dargestellt werden. Detaillierte Ergebnisse finden sich in Kapiteln 6 und 7.

Insgesamt funktionierte die Frage insofern, als dass die Testpersonen, die einen niedrigen Wert auf der Antwortskala auswählten, dem Umfrageergebnis wenig Vertrauen schenkten, während Testpersonen, die einen höheren Wert auswählten, der Umfrage mehr Vertrauen schenkten. Die beiden Testpersonen, die die Frage mit „Weiß ich nicht“ beantworteten, zeugten von Misstrauen darüber, wie die Politik mit Umfrageergebnissen umgeht.

Die Intervention, die Informationen zur Vertrauenswürdigkeit von Umfrageergebnissen enthielt, wurde nicht selten von den Testpersonen ausgeblendet, überflogen oder (in Teilen) falsch verstanden. Zudem war sie für viele Testpersonen nicht alleine ausschlaggebend dafür, wie sie die Vertrauenswürdigkeit des Umfrageergebnisses einschätzten. Keine der Testpersonen vertraute dem Umfrageergebnis mehr aufgrund des Politikerzitats. Im Gegenteil wurde dies von den meisten als deplatziert wahrgenommen und stimmte einzelne Testpersonen sogar misstrauisch.

## 6 Ergebnisse zu den Variationen im Fragetext

---

### 6.1 Intervention (Informationstext zur Vertrauenswürdigkeit von Umfrageergebnissen)

Version 1 und 2

Nun geht es um die Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen.

Umfragen wollen etwas über die ganze Bevölkerung aussagen, obwohl in ihnen nur wenige Menschen befragt werden. Wie gut das funktioniert, hängt vor allem davon ab, wie die Teilnehmenden ausgewählt werden.

Bei einer Zufallsauswahl werden die Teilnehmenden zufällig ausgewählt und befragt. Oft werden hierbei Menschen aus dem Melderegister zufällig ausgewählt. Das Melderegister enthält die Namen und Adressen aller Menschen, die in Deutschland leben. Mit einer solchen Umfrage mit Zufallsauswahl kann man auch mit wenigen Teilnehmenden genaue Aussagen über die gesamte Bevölkerung machen.

Wenn man die Teilnehmenden nicht zufällig auswählt, kann man die Ergebnisse nicht auf die ganze Bevölkerung übertragen. Das gilt auch dann, wenn sehr viele Menschen an der Umfrage teilnehmen. Wenn man zum Beispiel die Umfrage nur auf bestimmten Internetseiten bewirbt, ist es nicht zufällig, wer die Anzeigen sieht und wer nicht.

Eine Umfrage mit Zufallsauswahl ist somit immer besser als eine Umfrage ohne Zufallsauswahl, egal wie viele Personen an der Umfrage teilgenommen haben. Denn in Umfragen mit Zufallsauswahl sind die Teilnehmenden ein verkleinertes Abbild der Bevölkerung. In Umfragen ohne Zufallsauswahl ist das normalerweise nicht der Fall.

#### **Eingesetzte kognitive Techniken:**

Specific Probing

#### **Ziel der Testung:**

Die Ziele der kognitiven Nachfragen bestanden darin herauszufinden,

- a) an welche Inhalte der Intervention sich die Testpersonen erinnern können,
- b) ob die Inhalte der Intervention einen Einfluss auf die Beantwortung der Frage haben, und
- c) wie verständlich die Befragten den Interventionstext finden.

#### **Befund:**

Insgesamt erhielten 20 Testpersonen eine der Frageversionen mit Intervention.

### An welche Inhalte der Intervention können sich die Befragten erinnern?

Fünf der 20 Testpersonen gaben an, dass sie sich vornehmlich auf die Frage konzentriert und den Informationstext zur Vertrauenswürdigkeit von Umfragen ausgeblendet hatten (TP01, 05, 23, 25, 27):

- „Ich habe mich auf die Aufgabe konzentriert, also auf die Befragung selbst. Deswegen habe ich das oben ausgeblendet. Ich habe es zwar gelesen, aber mir war wichtiger, die Befragung zu verstehen.“ (TP01, Version 1, Antwort: 4)
- „Es war mir ehrlich gesagt irgendwann zu viel Text, ich habe aufgehört zu lesen.“ (TP05, Version 1, Antwort: Weiß ich nicht)
- „Der [Text] war ziemlich lang, daran kann ich mich nicht wirklich im Detail erinnern. Ich habe mich hauptsächlich mit der Frage beschäftigt, also mit dem unteren Teil der Seite. Es wurde erklärt, was eine repräsentative Stichprobe ist und dass das wichtig ist für die Vertrauenswürdigkeit von Umfrageergebnissen.“ (TP25, Version 2, Antwort: 4)

Die wesentlichen Informationsbestandteile der Intervention waren, (1) dass man Stichproben mit Zufallsauswahl von nicht zufällig gewählten Stichproben unterscheidet, (2) dass Melderegister häufig verwendet werden, um Menschen zufällig auszuwählen und (3) dass die Wahl der Stichprobenziehung von größerer Bedeutung ist als die Größe der Stichprobe.

Insgesamt erinnerten sich elf der 20 Testpersonen, dass der Informationstext zwei Wege beschrieb, wie man Teilnehmende für eine Umfrage auswählt, und dass eine dieser Methoden als **Zufallsauswahl** bezeichnet wird:

- „[Es geht darum,] dass eine Zufallsauswahl an Beteiligten für Umfragen eine bessere Lösung ist und auf die gesamte Bevölkerung übertragen werden kann. Bei Nichtzufallsstichproben ist das nicht so.“ (TP21, Version 1, Antwort: 4)
- „In der Hauptsache, dass eben diese Zufallsauswahl bestimmender oder zuverlässiger ist als diese Auswahl, die man selbst trifft.“ (TP26, Version 2, Antwort: 3)

Allerdings wurde aus den Antworten auch deutlich, dass nicht alle Testpersonen, die die Intervention gelesen, diese auch im Detail verstanden hatten. So verstand eine Testperson den Begriff Zufallsauswahl als willkürliche Auswahl an Befragten und bewertete diese negativ:

„Es ist diese Zufallsauswahl, die nicht so vertrauenswürdig ist. Es könnten nur Jugendliche, 70+ oder Beamte sein. Oder halt repräsentativ aus der Bevölkerung.“ (TP08, Version 1, Antwort: 2)

Sieben der 20 Testpersonen erinnerten sich an die Verwendung von **Melderegistern** im Zuge der Zufallsauswahl:

„[Ich erinnere mich] daran, dass es zwei unterschiedliche Möglichkeiten gibt, Teilnehmende für Studien auszuwählen: Entweder über ein Melderegister, wo man zufällig verschiedene Leute anruft oder kontaktiert, oder, dass man über Internetseiten bewirbt. Die Aussage war, dass die erste Variante einen besseren Querschnitt oder ein besseres Bild der Bevölkerung zeichnet, weil man

*zufällig aus allen Bevölkerungsschichten Leute kontaktieren kann, während auf gewisse Internetseiten nur bestimmte Gruppen Zugriff haben.“ (TP11, Version 2, Antwort: 4)*

Doch auch bezüglich des Melderegisters kam es zu einem Missverständnis bei einer Testperson, die das Melderegister mit einem öffentlich zugänglichen Telefonbuch zu verwechseln schien:

*„[Es geht darum,] dass nach dem Zufallsverfahren spezielle Leute ausgewählt werden sollen, wobei die in einem Register verzeichnet sind. Das heißt, viele, die gar nicht irgendwo vermerkt sind, fallen durch das Raster. Was ist dann mit den Leuten, die nur eine Geheimnummer haben, die nirgends verzeichnet ist, zählen die dann mit rein? Die fallen dann durch, dann wäre es trotzdem noch repräsentativ, aber nicht mehr so genau.“ (TP02, Version 1, Antwort: 3)*

Fünf Befragte erklärten, dass die **Größe der Stichprobe** nicht notwendigerweise auf die Repräsentativität schließen lasse:

- *„Es wird oben im Text gesagt, dass es Meinungsumfragen gibt, die kritisch zu betrachten sind, auch wenn die Teilnehmerzahl recht hoch ist.“ (TP03, Version 1, Antwort: 3)*
- *„Es ist besser, wenn man sich nicht selbst für die Umfrage entscheidet, sondern es von außen kommt. Es ist dann auch egal, wie groß es ist. Lieber ein kleines Sample haben, das repräsentativ ist, als ein großes Sample, das nicht repräsentativ ist.“ (TP24, Version 2, Antwort: 4)*

### **Haben die Inhalte der Intervention einen Einfluss auf die Beantwortung der Frage?**

Neun Testpersonen gaben an, dass die Informationen aus der Intervention einen (deutlichen) Einfluss auf ihre Antwort hatten, drei Testpersonen sprachen ihr einen geringen Einfluss aus und acht Testpersonen gaben an, dass der Text keinerlei Einfluss auf ihre Antwort hatte. Die Testpersonen, die der Intervention einen deutlichen Einfluss zusprachen, erklärten, dass der Text sie kritischer gegenüber der Umfrage gemacht hatte. Dies führte allerdings nicht unbedingt dazu, dass die Testpersonen einen Wert in der unteren Hälfte der Antwortskala auswählten, sondern lediglich einen niedrigeren Wert als sie sonst gewählt hätten:

- *„Für mich war der obere Teil eher kritisch gegenüber Umfragen und relativieren die Aussagekraft von Umfragen und deshalb die recht niedrige Einschätzung.“ (TP03, Version 1, Antwort: 3)*
- *„Die Frage unten war ja so gestellt, dass es keine Zufallsauswahl war, da war man gleich etwas skeptischer und dachte, zu hundert Prozent kann man dem nicht vertrauen.“ (TP21, Version 1, Antwort: 4)*
- *„Ja, [der Informationstext hatte einen Einfluss auf meine Antwort] durch die Definition, dass man das Melderegister zur Hand nimmt, dadurch die Glaubwürdigkeit höher ist und man mehr Leute erreicht. Vielleicht hätte ich dann eher die 6 genommen als die 5.“ (TP16, Version 1, Antwort: 5)*

Die drei Testpersonen, die der Intervention nur einen geringen Einfluss zusprachen, gaben an, dass sie die Information zwar beachtet hatten, aber nur als einen Teil ihres Urteils:

- *„[Es hatte] teilweise [einen Einfluss]. Der vorgegebene Text sagt aus, dass eine Umfrage, die nur über bestimmte Internetseiten beworben wird, nicht so aussagekräftig ist. Mit dieser Information bewertet man die Umfrage schonmal anders. Nichtsdestotrotz denke ich, dass die Umfrage, wenn sie auf verschiedenen Internetseiten beworben wird, doch auch andere Menschen erreicht, vielleicht über Mund-zu-Mund-Propaganda, dass man da teilnehmen soll, wenn einen das interessiert.“* (TP11, Version 2, Antwort: 4)
- *„Ich habe mir vor Augen gerufen, dass gesagt wurde, dass nicht durch Zufall erhobene Stichproben in Umfragen nicht repräsentativ sind, habe das gleichzeitig aber hinterfragt. Deswegen würde ich sagen, dass ein Einfluss da war, aber ich habe nicht nur aufgrund dessen so entschieden.“* (TP28, Version 2, Antwort: 4)

Die acht Testpersonen, die angaben, dass der Text keinerlei Einfluss auf ihre Antwort gehabt hatte, erklärten entweder, dass sie den Text nicht genau gelesen hatten oder zu wenig erinnerten, dass sie Umfragen generell nicht trauen (TP05, 14) oder dass sie darauf vertrauen, dass die Umfrage ordnungsgemäß durchgeführt wurde (TP06). Zuletzt gab eine Testperson an, dass der Inhalt des Informationstextes deswegen keinen Einfluss auf sie gehabt hatte, weil ihr die Inhalte daraus bereits bekannt waren (TP30).

### **Als wie verständlich bewerten die Befragten den Interventionstext?**

Fast alle Testpersonen gaben an, den Informationstext sehr ( $n = 11$ ) oder eher ( $n = 7$ ) verständlich zu finden und nur zwei fanden ihn eher nicht verständlich. Allerdings kommentierten auch Testpersonen, die die Intervention eher verständlich fanden, dass sie ihn mehrfach lesen mussten. Andere relativierten die Bedeutung der Zufallsauswahl für die Repräsentativität:

- *„Ich finde es eigentlich schon sehr verständlich, außer dass es so wirkt, als wäre die Zufallsauswahl in dem Text das einzige Kriterium, dass die Umfrage auf die ganze Bevölkerung bezogen werden kann. Wenn man eine Zufallsauswahl benutzt, aber dann nur wenige Teilnehmende hat, sehe ich es als nicht unbedingt richtig an.“* (TP27, Version 2, ‚eher verständlich‘)
- *„[Der Informationstext] ist etwas holprig. Man muss es nochmal lesen, um es zu verstehen [...] Ich kann es nicht durchlesen und weiß direkt Bescheid, sondern muss dann nochmal innehalten und überlegen, was genau damit gemeint ist.“* (TP02, Version 1, ‚eher verständlich‘)
- *„[Der Text war ein] bisschen kompliziert. Das Thema Zufallsauswahl, also zufällig und nicht zufällig Ausgewählte, das verwechselt man sehr leicht.“* (TP26, Version 2, ‚eher nicht verständlich‘)

## 6.2 Zitat eines Politikers (Bestandteil des Einleitungstexts zur Umfrage)

Version 2 und 4

In einer kürzlich veröffentlichten Umfrage sprachen sich 67 Prozent der Befragten für die sogenannte Bürgerversicherung aus. In dieser zahlen auch Beamte und Selbstständige Beiträge in die gesetzliche Kranken- und Rentenversicherung. Für die Umfrage warb das Institut Demoskopia auf verschiedenen Internetseiten und konnte knapp 10.000 Teilnehmende gewinnen. Der sozialpolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion bewertete das Ergebnis in einer Stellungnahme wie folgt: „Die Umfrage zeigt: In der Bevölkerung gibt es eine eindeutige Mehrheit für die Bürgerversicherung. Dieses Ergebnis müssen wir ernst nehmen und als politischen Auftrag begreifen.“

### Eingesetzte kognitive Techniken:

Specific Probing

### Ziel der Testung:

Die Ziele der kognitiven Nachfragen bestanden darin herauszufinden,

- a) an welche Inhalte sich die Testpersonen bezüglich des Zitats des Politikers erinnern können,
- b) ob diese Informationen ihre Einschätzung zur Vertrauenswürdigkeit der Umfrage beeinflussen.

### Befund:

Die Frageversionen unterscheiden sich dahingehend, ob zusätzlich zu den Informationen zum Ergebnis und der Durchführung der Umfrage (alle vier Versionen) noch ein Zitat eines Politikers angezeigt wurde (Versionen 2 und 4), der das Umfrageergebnis als ernstzunehmend einstufte und ihm damit augenscheinlich Vertrauenswürdigkeit attestiert. Insgesamt erhielten fünfzehn Testpersonen eine Version mit Politikerzitat (Version 2:  $n = 10$ ; Version 4:  $n = 5$ ).

### An welche Inhalte zum Politikerzitat können sich die Befragten erinnern?

Unabhängig von der experimentellen Variation wurden alle Testpersonen gefragt, an welche Informationen aus dem Einleitungstext zur Umfrage sie sich erinnern konnten. Elf der 15 Testpersonen, die Version 2 oder 4 erhalten hatten, erinnerten sich spontan daran, dass eine Politikeraussage Teil des Textes gewesen war. Acht dieser Testpersonen erinnerten zudem, dass der Politiker Mitglied der SPD war.

In einigen Fällen blieb die Erinnerung an das Zitat allerdings sehr vage oder beinhaltete sogar falsche Informationen:

- „[Ich erinnere mich,] dass 67 Prozent der Befragten für diese Bürgerversicherung sind, dass es darum geht, dass Verbeamtete und privat Versicherte in die gesetzliche

Krankenversicherung einzahlen sollen, dass das eine Internetumfrage vom Institut Demoskopia war. Und noch irgendwas mit der SPD.“ (TP17, Version 4, Antwort: 3)

- „Es gab auf jeden Fall einen SPD-Politiker, der sich dazu geäußert hat und das als ausreichend gewertet hat, dass es Rückhalt dafür gibt, dass man eine Bürgerversicherung angeht. Aber ich habe vergessen, in welcher Funktion er tatsächlich auf bei der Regierung angestellt ist. Ich glaube, da war was, aber ich habe es vergessen.“ (TP22, Version 4, Antwort: 3)
- „[Ich erinnere noch,] dass ein SPD-Politiker das im Bundestag verwendet hat, um Werbung für die Versicherung zu machen. Indem er gesagt hat, dass eine eindeutige Mehrheit der Bevölkerung [die Bürgerversicherung] befürwortet.“ (TP28, Version 2, Antwort: 4)

In einzelnen Fällen zeigten sich Testpersonen irritiert von dem eingefügten Zitat und fragten sich, ob der Politiker das Zitat aus politischem Kalkül gegeben hatte oder gar die ganze Umfrage diesem politischen Kalkül diene:

„Am meisten irritiert hat mich die niedrige Teilnehmerzahl und die Online-Plattform und dass ich am Ende nicht genau wusste ‚Ist das überhaupt eine repräsentative Umfrage?‘ oder geht es um ein politisches Wahlkalkül?“ (TP22, Version 4, Antwort: 3)

### **Hatte das Politikerzitat einen Einfluss auf die Antworten der Testpersonen?**

Keine der Testpersonen äußerte sich in die Richtung, dass das Zitat des Politikers positiv zur Vertrauenswürdigkeit der Umfrage beigetragen hatte. Die meisten Testpersonen erwähnten das Zitat nicht als sie ihre Antwort begründeten und alle, die es erwähnten, erklärten, dass es nicht relevant für ihre Antwort gewesen war:

„Das, was dann der Sprecher der SPD gesagt hat, habe ich aufgenommen und darüber nachgedacht, aber ich habe seine Aussage nicht berücksichtigt bei der Beantwortung der Frage.“ (TP27, Version 2, Antwort: 6)

Dass die Aussage eines Politikers eingefügt wurde, wurde entweder negativ wahrgenommen oder mit Indifferenz begegnet:

- „Ich finde das mit dem SPD-Sprecher etwas komisch. Was hat das mit der Qualität der Umfrage zu tun? Das ist doch kein Methodiker, kein Statistiker, dem man Glauben schenken sollte bei der Interpretation des Ergebnisses. Ich glaube, dieser letzte Teil ist kein Zugewinn für die Frage. Das hat ja keinen Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit der Umfrage.“ (TP25, Version 2, Antwort: 4)
- „Was der sozialpolitische Sprecher dazu sagt, gehört für mich nicht zum Ergebnis dazu. Das Ergebnis bleibt. Was er daraus interpretiert und schließt, ändert das nicht.“ (TP27, Version 2, Antwort: 6)
- „Nein, [die Aussage des SPD-Sprechers] hatte keinen Einfluss. Da habe ich gleich gedacht ‚das stimmt nicht‘.“ (TP19, Version 4, Antwort: 4)

- *„Dass sich das ein Politiker sofort auf die Brust schreibt, ist natürlich klar, das ist nicht zielführend. Ich denke, er sollte seinen politischen Auftrag darin sehen, das noch genauer zu untersuchen, vielleicht eine bessere Umfrage dazu zu starten.“ (TP30, Version 2, Antwort: 2)*

## 7 Ergebnisse zur Frage

Version 3<sup>1</sup>

Nun geht es um die Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen.

In einer kürzlich veröffentlichten Umfrage sprachen sich 67 Prozent der Befragten für die sogenannte Bürgerversicherung aus. In dieser zahlen auch Beamte und Selbstständige Beiträge in die gesetzliche Kranken- und Rentenversicherung. Für die Umfrage warb das Institut Demoskopia auf verschiedenen Internetseiten und konnte knapp 10.000 Teilnehmende gewinnen.

**Wie sehr vertrauen Sie dem Ergebnis dieser Umfrage?**

- 1 – Vertraue ich überhaupt nicht
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Vertraue ich voll und ganz
- Weiß ich nicht*

**Tabelle 2.** Häufigkeitsverteilungen der Frageversionen ( $N = 30$ )

	<b>Version 1 (Intervention)</b> <i>(n = 10)</i>	<b>Version 2 (Intervention und Zitat)</b> <i>(n = 10)</i>	<b>Version 3</b> <i>(n = 5)</i>	<b>Version 4 (Zitat)</b> <i>(n = 5)</i>
1 – Vertraue ich überhaupt nicht	-	1	-	-
2	2	1	1	-
3	3	1	1	4
4	2	5	1	1
5	2	-	1	-
6	-	1	1	-
7 – Vertraue ich voll und ganz	-	-	-	-
<i>Weiß ich nicht</i>	1	1	-	-

<sup>1</sup> Aus Gründen der Übersichtlichkeit ist hier beispielhaft nur die Frageversion 3 dargestellt.

**Eingesetzte kognitive Techniken:**

Process Probing, Category Selection Probing, Paraphrasing, Specific Probing

**Ziel der Testung:**

Die Ziele der kognitiven Nachfragen bestanden darin herauszufinden,

- a) welche Informationen zur Umfrage die Testpersonen erinnerten und
- b) wie sie diese und weitere Informationen aus dem Informations- und Einleitungstext in ihre Antworten begründen.

**Befund:**

Insgesamt wählte nur eine Testperson den niedrigsten Wert 1, um anzuzeigen, dass sie dem Umfrageergebnis „überhaupt nicht“ vertraue, und niemand wählte den Wert 7, der anzeigen würde, dass jemand dem Ergebnis „voll und ganz“ vertraue. Zwei Testpersonen wählten die Antwort „Weiß ich nicht“.

**Welche Informationen zur Umfrage erinnerten sich die Testpersonen?**

Im Folgenden wird beschrieben, welche Informationen zu der Umfrage zur Bürgerversicherung von den Testpersonen erinnert wurden und welchen Einfluss diese auf das Antwortverhalten hatten. Der Einfluss der Informationen aus der Intervention sowie der Einfluss des Politikerzitats auf die Antworten der Testpersonen wurden in Kapitel 6 näher erläutert.

Die meisten Testpersonen hatten keine Probleme damit, das **Thema der Umfrage** zu verstehen ( $n = 25$ ). Ihnen war das Thema Bürgerversicherung als Stichwort vertraut oder sie zeigten sogar Detailwissen dazu. Eine Testperson konnte sich im Rahmen der kognitiven Nachfragen nicht erinnern, ob es bei der vorliegenden Umfrage nur um die Renten- oder auch die Krankenversicherung gegangen war (TP22), war mit der Debatte aber vertraut. Eine Testperson las im Rahmen des Pretests das erste Mal davon, zeigte aber keine Verständnisschwierigkeiten (TP09):

- „Ich musste das erst zweimal lesen, was mit Bürgerversicherung gemeint ist. Dann wurde es aber erklärt, dass es um Beamten- und Selbstständigenbeiträge für die gesetzliche Kranken- und Rentenversicherung geht.“ (TP09, Version 3, Antwort: 4)
- „Das ist die Geschichte, die schon seit Jahren durch die Politik geht, diese Bürgerversicherung, dass eben die ganzen Sondersicherungen abgelöst werden, damit auch die Selbstständigen und die Beamten einzahlen sollen.“ (TP04, Version 1, Antwort: 3)
- „Ich habe daran gedacht, dass die Auswirkungen der Bürgerversicherung nicht sonnenklar sind. Ich war Beamtin, mein Mann ist auch Beamter. Bürgerversicherung klar, aber die Umstellung kann gar nicht so funktionieren, da müsste man das ganze System, z. B. bei der

*Bezahlung umstellen. Im Grunde ist das wahrscheinlich teurer, als wenn die ganz normale Beihilfe gezahlt wird.“ (TP06, Version 1, Antwort: 5)*

Fünf Testpersonen schienen bezüglich des Themas wenig informiert und nur eingeschränkt in der Lage zu sein, sich das Thema auf Basis der Informationen im Text zu erschließen (TP05, 10, 21, 23, 28). Diese Testpersonen hatten meist nur in Erinnerung, dass es um „eine Versicherung“ ginge:

- *„Bürgerversicherung, keine Ahnung. Dass es halt um die Kranken- und Rentenversicherung geht. Ich glaube, da zahlt jeder ein, der Arbeiten geht. Deshalb weiß ich nicht, was die Bürgerversicherung genau wäre. Das müsste man mal googeln.“ (TP10, Version 3, Antwort: 3)*
- *„[Ich erinnere nur,] dass es halt 67 Prozent waren. Ich weiß es nicht mehr, wegen irgendeiner Versicherung. Ich bin gerade ein bisschen überfordert.“ (TP05, Version 1, Antwort: Weiß ich nicht)*
- *„Da ging es um eine Umfrage zu einer Versicherung und 67 Prozent von den 10.000 hätten dafür gestimmt, dass es diese Versicherung geben sollte.“ (TP28, Version 2, Antwort: 4)*

Die **Teilnehmerzahl** wurde von den meisten Testpersonen erinnert ( $n = 16$ ) und als ausreichend oder sogar besonders hoch bezeichnet. Bei manchen Testpersonen, die die Intervention erhalten hatten, relativierte dies sogar das Verzicht auf eine Zufallsauswahl (siehe Kapitel 5):

*„Ja gut, 10.000 ist natürlich auch eine große Menge, die dann befragt wird, von daher wird das schon ziemlich genau, im Gegensatz zu einer Beschränkung auf 1.000. Deshalb hat mich das noch auf eine 3 schätzen lassen, sonst hätte ich das etwas schlechter bewertet.“ (TP02, Version 1, Antwort: 3)*

Nur zwei Testpersonen (die die Intervention nicht erhalten hatten) empfanden die Teilnehmerzahl als niedrig (TP19, 22):

*„Die Teilnehmerzahl war mir zu niedrig, durch die das keine repräsentative Umfrage ist.“ (TP19, Version 4, Antwort: 4)*

Zusätzlich unterlagen zwei Testpersonen einem Missverständnis bezüglich der **Zusammensetzung der Teilnehmenden**, und unterstellten, dass insbesondere Beamte und Selbständige an der Umfrage teilgenommen hatten:

- *„Man muss verschiedene Punkte beachten. Erstmal, dass eher Beamte und Selbständige Internetzugang haben und das Internet nutzen, und eher junge Leute [...] Die Tatsache, dass diese Versicherung die gesetzlich Versicherten begünstigt, wozu Beamte und Selbständige nicht gehören, würde bedeuten, dass sich Beamte und Selbständige eher dafür ausgesprochen haben, obwohl es sie benachteiligt. Das kann man nur schwer erklären.“ (TP24, Version 2, Antwort: 4)*
- *„Es geht darum, dass ca. 10.000 Bewohner in Deutschland, und auch Beamte und Selbständige, befragt wurden, ob sie die Bürgerversicherung befürworten, und 67 Prozent haben das befürwortet [...] Ja, 10.000 Befragte aus unserer Bevölkerung, darin waren auch Beamte und Selbständige.“ (TP27, Version 2, Antwort: 6)*

Fast alle Testpersonen erinnerten sich zudem an das **Umfrageergebnis**, das besagte, dass 67 Prozent der Befragten Unterstützung für eine Bürgerversicherung zeigten. Allerdings schien der Grad der Zustimmung für keine der Testpersonen ausschlaggebend dafür zu sein, ob sie der Umfrage vertrauten („Die nackte Zahl 67 Prozent war dann schwer einzuordnen.“, TP03, Version 1, Antwort: 3). Zudem gab eine Testperson an, dass sie 67 Prozent Zustimmung nicht als „eindeutige Mehrheit“ betrachte (TP24, Version 2, Antwort: 4). Lediglich bei zwei Testpersonen floss das Umfrageergebnis möglicherweise in ihr Gesamturteil ein. Davon erkannte eine das Ergebnis zumindest als „Trend“ an (TP28) und die andere gab an, der Umfrage aufgrund des Umfrageergebnisses (und weiterer Faktoren) zumindest in Teilen zu trauen (TP09):

- „Ich habe die Stichprobenmenge und die 67 Prozent berücksichtigt, denn, wenn von den 10.000 Leuten hundert Prozent [die Bürgerversicherung] befürworten würden, und das nicht ganz repräsentativ ist, könnte man trotzdem sagen, dass es einen Trend gibt.“ (TP28, Version 2, Antwort: 4)
- „Ich habe nicht genug Hintergrundinformationen über dieses Institut, deswegen habe ich die Hälfte [Wert 4] angekreuzt. Es war nicht ausschlaggebend, dass das 60 Prozent waren, aber ein bisschen hat mich das überwogen die Hälfte [anzugeben] anstatt zu sagen, dass ich der Studie gar nicht vertraue.“ (TP09, Version 3, Antwort: 4)

Einige Personen ( $n = 10$ ) erinnerten sich an den Namen des **Instituts** Demoskopia, welches die Umfrage durchgeführt hatte. Bei einzelnen Testpersonen schien die Bezeichnung „Institut“ bereits Vertrauen auszulösen („Dass es ein Institut durchgeführt hat.“, TP22, Version 4, Antwort: 3). Die meisten betonten allerdings lediglich, dass ihnen der Name nicht bekannt sei. Bei einzelnen Testpersonen schien der unbekannte Name sogar Misstrauen auszulösen:

- „Ich habe mir erstmal den Namen noch einmal durchgelesen, also wie das Institut heißt. Demoskopia sagt mir nichts, also hat mir die Info nicht geholfen.“ (TP03, Version 1, Antwort: 3)
- „Also die Fragestellung und auch das Ergebnis wären ja ein Traum, allerdings der Name ‚Institut Demoskopia‘ hört sich für mich im Vergleich zu GESIS nicht so vertrauenswürdig an. Das hört sich nach Bildergeschichten an. Also es macht dieser Name aus bei mir.“ (TP20, Version 4, Antwort: 3)

Etwa die Hälfte ( $n = 16$ ) der Testpersonen erinnerte sich daran, dass die Umfrage über **Internetseiten** beworben wurde. Davon erklärten die meisten, dass für ihre Entscheidung von Bedeutung war, dass sie nicht wussten, auf welchen Internetseiten die Umfrage beworben worden war:

- „Deswegen vertraue ich dem nicht ganz so, weil ich nicht weiß, welche Internetseiten da ausgewählt worden sind.“ (TP07, Version 1, Antwort: 2)
- „Bestimmt gibt es viele Leute, die die Internetseite kennen.“ (TP16, Version 1, Antwort: 5)
- „Es wird nicht spezifiziert, auf was für Internetseiten [die Umfrage beworben wurden], was für mich ein ausschlaggebender Punkt wäre, der zur Entscheidung beiträgt, ob das repräsentativ ist oder nicht.“ (TP28, Version 2, Antwort: 4)

- *„Das Einzige, was ich verbessern würde, wäre bei den Internetseiten ein paar Beispiele anzuführen. Wenn dort steht ‚ARD und SPIEGEL‘, würde ich sagen ‚da vertraue ich‘, weil das meine Medien sind. Stände da ‚BILD‘ wäre es nicht so.“ (TP15, Version 3, Antwort 5)*

### **Wie gehen die Befragten beim Beantworten der Frage vor und wie begründen sie ihre Antworten?**

Über alle Versionen hinweg passten die Antworten der Testpersonen auf die Surveyfrage zu den Begründungen, die sie im Zuge der kognitiven Nachfragen gaben. Niedrigere Skalenwerte zeugten also von einer größeren Skepsis bezüglich des Umfrageergebnisses und höhere Skalenwerte von größerem Vertrauen. Die Testpersonen, die „Weiß ich nicht“ als Antwort auswählten, zeigten nicht nur Skepsis bezüglich des genannten Umfrageergebnisses, sondern insbesondere gegenüber dem Umgang der Politik mit solchen Ergebnissen. Im Folgenden werden über alle Frageversionen hinweg die hauptsächlichen Gründe für die Wahl einer Antwortkategorie zusammengefasst.

Insgesamt wählten fünf Testpersonen den Wert 1 oder 2, gaben also an, dem Umfrageergebnis nicht zu vertrauen. Die einzige Testperson, die der Umfrage „überhaupt nicht“ vertraute (TP29, Version 2) hatte die Frageversion mit der Intervention und dem Politikerzitat erhalten, betonte aber, dass sie durch ein abgeschlossenes fachspezifisches Studium Vorwissen in Umfragemethodik mitbringe und daher nicht auf die Informationen im Text angewiesen war. Von den vier Testpersonen, die den Wert 2 wählten, hatten drei eine der Versionen mit der Intervention erhalten (TP07, 08, 30). Die Testperson, die nicht die Intervention bekommen hatte, begründete ihre Antwort mit dem Mangel an Informationen über die Umfrage, insbesondere auf welchen Webseiten die Umfrage beworben worden war (TP13). Bei einer der Testpersonen, die die Intervention erhalten hatte, beruhte die Begründung vor allem darauf, dass es keine Information dazu gäbe, welche Internetseiten die Umfrage beworben hatten (TP30). Eine weitere Testperson begründete ihre Antwort mit erheblichen Zweifeln an der Stichprobe, benutzte dabei aber den Begriff Zufallsstichprobe fälschlicherweise als Gegensatz zu einer repräsentativen Stichprobe (TP08). Schließlich erklärte eine Testperson, dass die hohe Anzahl der Befragten sie trotz des Interventionstextes dazu gebracht hatte, nicht den Wert 1 zu wählen:

*„Überhaupt nicht‘ finde ich dann doch nicht ganz zutreffend, weil trotzdem 10.000 Teilnehmer dabei waren, da hat mich dann doch die Menge überzeugt. Aber mir fehlen halt so ein paar Hintergrundinfos, um dem Ganzen zu vertrauen.“ (TP07, Version 1, Antwort: 2)*

Neun Testpersonen wählten den Wert 3, also eine Antwortkategorie unter der Skalenmitte. Diese Testpersonen zeigten ebenfalls vielfältige Bedenken bezüglich der Aussagekraft der Umfrage. Dazu gehörten, dass der Name des Instituts unbekannt sei (TP10, 17, 20, 22), Befürchtungen, dass Befragte Online-Umfragen nicht ernsthaft beantworten oder gar mehrmals teilnehmen könnten (TP17) oder dass die Frage suggestiv formuliert sein könnte (TP04), dass die Auswahl der Befragten nicht repräsentativ sei (TP17, 22), bspw. dass nur Menschen teilnehmen, die sich für das Thema der Umfrage interessieren (TP02) und Skepsis, weil die Testperson bisher nichts über die Idee einer Bürgerversicherung gelesen hatte (TP10):

- *„Das Problem ist, für die Umfrage werden sich wahrscheinlich nur Teilnehmer finden, die auch diese spezifische Frage interessiert, der Rest fällt dann unten durch. Daher habe ich meine Zweifel, ob das Ganze repräsentativ wird.“ (TP02, Version 1, Antwort: 3)*

- *„Zum einen, weil ich das Institut Demoskopia nicht kenne. Und ich finde es schwierig, wenn es nur vom Hören-Sagen ist, statt selbst zu recherchieren [...] Die Leute können ja auch irgendeinen Mist ankreuzen und es juckt die gar nicht was überhaupt gefragt wird [...] Es ist ja möglich, dass man eine Umfrage öfters macht [...] Ich weiß nicht, ob man das überprüfen könnte wegen dem Datenschutz.“* (TP17, Version 4, Antwort: 3)

Weitere neun Testpersonen wählten den Mittelwert 4. Teilweise wählten sie diesen Wert als Mittelwert; teilweise als eine Art „Weiß ich nicht“-Kategorie, weil sie die Vertrauenswürdigkeit des Umfrageergebnisses nicht einschätzen konnten; teilweise nutzten die Testpersonen aber auch den Wert, um den Grad ihrer Zweifel an der Vertrauenswürdigkeit der Umfrage auszudrücken:

- *„Ich vertraue im gewissen Maße darauf, aber ich habe mich mit dem Thema so nicht befasst.“* (TP01, Version 1, Antwort: 4)
- *„Es ist ja keine Zufallsauswahl, das heißt, die goldene Mitte war meine Antwort. So hundert Prozent vertraue ich generell keiner Umfrage.“* (TP21, Version 1, Antwort: 4)
- *„Da würde ich jetzt so in der Mitte ansetzen, da ich kein Fachwissen über dieses Institut Demoskopia habe. Jetzt nur auf dem Blatt gesehen würde ich sagen, das ist ein richtiges Institut, dem kann man vertrauen. Aber da ich nicht hundert Prozent sicher bin, würde ich bei der Hälfte ansetzen, 4 dann.“* (TP09, Version 3, Antwort: 4)

Selbst die fünf Testpersonen, die die Werte 5 oder 6 auswählten, schränkten die Aussagekraft der Umfrage teilweise ein, wobei sie allerdings ein höheres generelles Vertrauen in Umfragen zeigten:

- *„Ich würde sagen, dass ich dem Ergebnis der Umfrage mit einer 6 vertraue, aber weniger wegen dem, was der sozialpolitische Sprecher dazu sagt. Wenn ich Ergebnisse von Umfragen sehe, die echt wirken und nicht wie Fake News, dann glaube ich das auch.“* (TP27, Version 2, Antwort: 6)
- *„Ich habe ganz einfach gedacht, da ich ja bei [Name eines Telefonumfrageinstituts] arbeite, dass wirklich jeder Mitarbeiter sehr präzise und gewissenhaft arbeitet, da wird nicht geschludert. Und ich glaube, dass wir nicht die einzigen sind, die das so genau machen, sondern, dass die anderen das genauso gut hinkriegen.“* (TP12, Version 3, Antwort: 6)

Selbst eine Testperson, die die Intervention gelesen hatte, schien darauf zu vertrauen, dass die Umfrage so durchgeführt wurde, dass sie repräsentativ sei. Ihre Bedenken bezogen sich in erster Linie darauf, ob den Befragten der Umfrage bewusst sei, wie eine Bürgerversicherung funktioniert:

*„Ich vertraue dem nicht so ganz, weil ich meine, dass die befragten Bürger nicht ganz informiert sind, was diese Bürgerversicherung bedeutet [...]“* (TP06, Version 1, Antwort: 5)

Eine weitere Person begründete ihr Vertrauen in das Umfrageergebnis damit, dass es ihrer Meinung entspräche:

*„Ich vertraue dem voll und bin bei der 6 oder der 5, vielleicht sogar Richtung 7, weil ich derselben Meinung bin, also ich bin für die Bürgerversicherung. Wäre ich nicht dafür, dann würde ich dem*

*auch nicht so sehr vertrauen, weil das nicht meinem Willen entspricht.“ (TP15, Version 3, Antwort: 5)*

Beide Testpersonen, die die Frage mit „Weiß ich nicht“ beantworteten, hatten die Intervention erhalten, begründeten ihre Antwortauswahl aber vor allem mit einer allgemeinen Skepsis gegenüber Umfragen und politischen Entscheidungen:

- *„Dass ich den Leuten nicht so vertraue, vor allem Politikern. Die machen eh was sie wollen, da können noch so viele Umfragen stattfinden, aber Ende kommt nur das raus, was rausgebracht werden soll.“ (TP05, Version 1, Antwort: Weiß ich nicht)*
- *„Dass ich nicht wirklich daran glaube, dass sich wirklich irgendwas ändert wegen der Bürgerversicherung, egal, an wen das übermittelt wird [...] Das sind meine Gedanken, aber ich weiß es nicht zu hundert Prozent, deshalb kann ich nicht genau ja oder nein sagen.“ (TP14, Version 2, Antwort: Weiß ich nicht)*

## 8 Anhang: Kognitiver Leitfaden

---

- N1\_F1** Wie sind Sie beim Beantworten der Frage vorgegangen? Woran haben Sie beim Beantworten der Frage gedacht?
- N2\_F1** *Falls noch nicht erkennbar:*
- Auf der Antwortskala von „1 – Vertraue ich überhaupt nicht“ bis „7 – Vertraue voll und ganz“ haben Sie den Wert [Antwort Frage] gewählt. Warum haben Sie sich für diesen Wert entschieden?
- N3\_F1** Können Sie mir in Ihren eigenen Worten sagen, worum es in der Frage geht?
- AN ALLE** Bitte drehen Sie das Blatt mit der Frage einmal kurz um.
- N4\_F1** *Falls Gruppe 1 oder 2:*
- Die Frage enthält zu Beginn einen Informationstext zur Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen.
- Können Sie mir sagen, was in diesem Text beschrieben wird bzw. an welche Inhalte des Informationstextes Sie sich erinnern?
- N5\_F1** *Falls Gruppe 1 oder 2 und noch nicht erkennbar:*
- Hatten die Informationen aus dem Informationstext einen Einfluss darauf, wie Sie die Frage zur Vertrauenswürdigkeit der Umfrage beantwortet haben? (Haben Sie bestimmte Informationen aus dem Text bei Ihrer Antwort berücksichtigt? Welche?)
- N6\_F1** Die Frage enthält Informationen zu einer kürzlich veröffentlichten Umfrage.
- Können Sie mir sagen, an welche Informationen zu dieser Umfrage Sie sich erinnern?
- N7\_F1** Erinnern Sie sich noch an andere Aspekte, die im Zusammenhang mit dieser Umfrage erwähnt wurden?
- N8\_F1** *Falls noch nicht erkennbar:*
- Haben Sie bestimmte Informationen aus dem Text zu der Umfrage bei Ihrer Antwort berücksichtigt? Wenn ja, welche? (Haben die Informationen aus dem Text Ihre Antwort beeinflusst?)
- AN ALLE** Bitte drehen Sie das Blatt nun wieder um.
- N9\_F1** *Falls Gruppe 1 oder 2 (INT auf Infotext zeigen!):*
- Wie verständlich finden Sie den Informationstext zur Vertrauenswürdigkeit von Umfragen und Umfrageergebnissen, der der eigentlichen Frage vorangestellt ist?
- (INT: Vorgaben vorlesen!)*
- Sehr verständlich
  - Eher verständlich

Eher nicht verständlich

Überhaupt nicht verständlich

N10\_F1 Falls N9\_F1 „eher“/ „überhaupt nicht verständlich“:

Warum finden Sie den Text [eher nicht verständlich] [überhaupt nicht verständlich]?  
(Gibt es bestimmte Textpassagen, die unverständlich sind?)

**N11\_F1** (INT auf Einleitungstext zeigen!):

Wie verständlich finden Sie die Informationen zu der kürzlich veröffentlichten Umfrage?

(INT: Vorgaben vorlesen!)

Sehr verständlich

Eher verständlich

Eher nicht verständlich

Überhaupt nicht verständlich

N12\_F1 Falls N11\_F1 „eher“/ „überhaupt nicht verständlich“:

Warum finden Sie den Text [eher nicht verständlich] [überhaupt nicht verständlich]?  
(Gibt es bestimmte Textpassagen, die unverständlich sind?)

## 9 Glossar: Kognitive Techniken

---

<b>Category Selection Probing<sup>2</sup></b>	Nachfragen zur Wahl der Antwortkategorie, z. B.: <i>„Sie haben bei dieser Frage die Antwort [Antwort] ausgewählt. Bitte erläutern Sie Ihre Antwort noch etwas näher. Warum haben Sie sich für diese Antwort entschieden?“</i>
<b>Comprehension Probing</b>	Nachfragen zum Verständnis, z. B.: <i>„Was verstehen Sie in dieser Frage unter ‚einer beruflichen Tätigkeit mit hoher Verantwortung‘?“</i>
<b>Confidence Rating</b>	Bewertung der Verlässlichkeit der Antwort, z. B.: <i>„Wie sicher sind Sie, dass Sie in den letzten 12 Monaten [...] mal beim Arzt waren?“</i>
<b>Difficulty Probing</b>	Nachfragen zur Schwierigkeit der Beantwortung, z. B.: <i>„Wie leicht oder schwer ist es Ihnen gefallen, diese Frage zu beantworten?“</i>  <i>Falls „eher/sehr schwer“:</i> <i>„Warum fanden Sie die Beantwortung der Frage eher/sehr schwer?“</i>
<b>Emergent Probing</b>	Spontanes Nachfragen als Reaktion auf eine Äußerung oder ein Verhalten der Testperson, z. B.: <i>„Sie haben gerade die Stirn gerunzelt und gelacht, als ich Ihnen die Antwortoptionen vorgelesen habe. Können Sie mir bitte erläutern, warum Sie das getan haben?“</i>
<b>General Probing</b>	Unspezifisches Nachfragen, z. B.: <i>„Haben Sie (weitere) Anmerkungen zu dieser Frage?“</i>
<b>Paraphrasing</b>	Testpersonen geben den Fragetext in ihren eigenen Worten wieder: <i>„Können Sie mir in Ihren eigenen Worten sagen, worum es in dieser Frage geht?“</i>

---

<sup>2</sup> Manchmal auch als „Elaborative Probing“ bezeichnet.

---

<b>Process Probing</b>	Nachfragen zum Vorgehen bei der Beantwortung, z. B.: <i>„Wie sind Sie zu Ihrer Antwort gekommen? Was ist Ihnen dabei durch den Kopf gegangen?“</i>
<b>Recall Probing</b>	Nachfragen zur Ereigniserinnerung, z. B.: <i>„Wie haben Sie sich daran erinnert, dass Sie in den letzten 12 Monaten [...] Mal beim Arzt waren? Haben Sie die Anzahl der Termine gezählt oder geschätzt?“</i>
<b>Response Scale Probing</b>	Nachfragen zur Abgrenzung von Skalenwerten, z. B.: <i>„Ihre Antwort auf einer Skala von 0 bis 10 war [Antwort]. Warum haben Sie sich für diesen Wert entschieden und nicht für den Wert direkt darüber oder darunter?“</i>
<b>Sensitivity Probing</b>	Nachfragen zur Sensitivität einer Frage, z. B.: <i>„Finden Sie, dass diese Frage zu persönlich ist oder finden Sie es in Ordnung, eine solche Frage in einer Umfrage gestellt zu bekommen?“</i>
<b>Specific Probing</b>	Spezifisches Nachfragen, z. B.: <i>„Sie haben bei dieser Frage mit „Ja“ geantwortet. Bedeutet das, dass Sie bereits für Ihre Familie auf Möglichkeiten zum beruflichen Weiterkommen verzichtet haben oder dass Sie gegebenenfalls verzichten würden, dies bislang aber noch nicht getan haben?“</i>
<b>Think Aloud</b>	Technik des lauten Denkens: <i>„Bitte sagen Sie mir bei der folgenden Frage alles, woran Sie denken oder was Ihnen durch den Kopf geht, bevor Sie die Frage beantworten. Sagen Sie bitte auch Dinge, die Ihnen vielleicht unwichtig erscheinen. Die Frage lautet: ...“</i>