

MSE (Mean Squared Error)

$$MSE(\hat{d}) = Var(\hat{d}) + B^2(\hat{d})$$

Bias: $\bar{x} = (1 - p_{NR})\bar{x}_R + p_{NR}\bar{x}_{NR}$ (1)

$$\bar{x}_R = \bar{x} + p_{NR}(\bar{x}_R - \bar{x}_{NR})$$
 (2)

$$\bar{x}_R - \bar{x} = p_{NR}(\bar{x}_R - \bar{x}_{NR})$$
 (3)

$$Bias = p_{NR}(\bar{x}_R - \bar{x}_{NR})$$
 (3')

Antwortneigung (response propensity)

$$\Pr\{R_t\} = \Pr\{I_t|C_t, L_t\} \times \Pr\{C_t|L_t\} \times \Pr\{L_t\}$$

- Wahrscheinlichkeit, den Zielhaushalt/die Zielperson zu **lokalisieren** [$\Pr\{L_t\}$]
- **Kontakt**wahrscheinlichkeit, gegeben die Lokalisierung [$\Pr\{C_t|L_t\}$]
- **Kooperations**wahrscheinlichkeit, gegeben Kontakt und Lokalisierung [$\Pr\{I_t|C_t, L_t\}$]

$$\begin{aligned} &\Pr\{R_t|x_L, x_C, x_I\} \\ &= \Pr\{I_t|C_t, L_t, x_I\} \times \Pr\{C_t|L_t, x_C\} \times \Pr\{L_t, x_L\} \end{aligned}$$

Gewichtung nach Antwortneigung (propensity weighting)

- 1) $[0,1]$ Indikator für unit response r_i auf ein geeignetes, zugleich für Respondenten und Nichtrespondenten verfügbares Set von Hintergrundmerkmalen regredieren,
- 2) auf der Basis dieser Regression resultierende *erwartete* Antwortwahrscheinlichkeiten berechnen und ...
- 3) zu fünf oder sechs Werten gruppieren, um ...
- 4) über den so gruppierten *propensity score* jeweils eine Adjustierungs- bzw. Gewichtungsklasse C_j zu konstituieren.

Mögliche Alternative: Verzicht auf Schritt 4
und Gewichtung der Respondenten i gleich mit der
Inversen des geschätzten propensity scores,

$$[\hat{p}_i]^{-1}$$

Interviews nach **Befragungsart** in den ADM-Instituten*

Jahr	1990	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03
In Prozent														
Persönliche														
Interviews	65	60	58	59	61	60	45	44	39	37	34	39	33	28
<hr/>														
Telefon-														
interviews	22	30	32	32	29	30	44	40	41	40	41	29	41	43
<hr/>														
Schriftliche														
Interviews	13	10	10	9	10	10	11	16	19	22	22	28	21	19
<hr/>														
Online-														
Interviews									1	1	3	4	5	10

Vergleichskriterien

- Antwortrate
- Erreichbarkeit der zu Befragenden
- Kontrolle der Befragungssituation
- Kontrolle der Interviewer
- Kosten
- Komplexe Fragen; Visualisierungsmöglichkeiten
- Interviewereffekte

Fragen nach **Einstellungen**

erwünscht/unerwünscht, lehne ab/stimme zu,
gut/schlecht, sollte/sollte nicht

Fragen nach **Überzeugungen**

was subjektiv für wahr/falsch gehalten wird;
Wahrnehmung/Einschätzung vergangener,
gegenwärtiger und zukünftiger Realität

Fragen nach **Verhalten**

berichtetes Verhalten / Verhaltensabsichten
Verhalten in hypothetischen Situationen

Fragen nach **Eigenschaften** von Befragten

Soziodemographie, etc.

Antwortverzerrung im Interview („response errors“):

- » Explizite Verweigerung (Item-Nonresponse)
- » “Weiß nicht” (Meinungslosigkeit)
- » Abgabe einer inhaltlichen Antwort, obwohl keine Meinung zum erfragten Gegenstand vorliegt (Non-Attitudes)
- » Abgabe sozial erwünschter Antworten (social desirability)
- » Reaktionen auf Merkmale des Interviewers

Antwortverzerrung im Interview („response errors“):

- » Reaktionen auf formale Aspekte von Fragen (Frageeffekte)
- » Reaktionen auf die Abfolge von Fragen (Positions-/ Ausstrahlungseffekte)
- » Reaktionen auf die Anwesenheit Dritter im Interview
- » Reaktionen auf den Auftraggeber der Studie
- » Zustimmung zu Fragen unabhängig von deren Inhalt

Standardisierung

Standardisiertes Interview

- » Gleichheit der Interviewsituation erzielen, um Vergleichbarkeit der erhobenen Informationen zu sichern
- » Neutralität des Interviewerverhaltens gegenüber Thema und Befragtem
- » “Konstanthalten” von Stimulus-Situationen (Fragebogen, Interviewerverhalten, Interviewkontext)

» **Offene Fragen**

Vorteil: Befragte antworten innerhalb ihres Referenzsystems

Nachteil: - Vergleichbarkeit der Antworten beeinträchtigt
- Befragte besitzen unterschiedliche Artikulationsfähigkeit;
- Interviewerfehler beim Notieren der Antworten;
- hoher Auswertungsaufwand durch ex-post Kodierung

» **Geschlossene Fragen**

» **Hybridfragen**

Frage- und Antwortformulierung

- » Verwendung **einfacher** Begriffe (keine Fachausdrücke)
- » Fragen sollten **kurz** formuliert werden
- » Fragen sollten **konkret** formuliert sein (eher spezifischer als allgemeiner Fragegegenstand)
- » **Keine Suggestivfragen**, die eine bestimmte Antwort begünstigen oder provozieren
- » Fragen sollten **neutral** formuliert sein, keine belastenden (emotional aufgeladenen) Worte enthalten
- » Fragen sollten nicht **hypothetisch** formuliert sein

- » Fragen sollten sich **nur auf einen Sachverhalt** beziehen (Vermeidung von Mehrdimensionalität)
 - » Fragen sollten **keine doppelten Negationen** enthalten
 - » Fragen sollten den Befragten **nicht überfordern** (durch z.B. Erfragung von Prozentsätzen/Anteilen, ..)
 - » Fragen sollten **ausbalanciert** sein
-
- » explizite „weiß nicht“ – Kategorie vorsehen aufgrund der „Non-Attitude“ Problematik und der ansonsten zu erwartenden Möglichkeiten, dass zufällig oder inhaltsunabhängig bejahend geantwortet wird