

Durchführung der Feldarbeit im Rahmen des Glücksspiel- Survey 2023

erarbeitet für



Methodenbericht

Durchführung:

INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung

Dezember 2023

Dr. Holger Liljeberg

Sven Garber

Inhalt

Untersuchungssteckbrief	3
1. Allgemeine Hinweise zur repräsentativen Bevölkerungsbefragung	4
2. Erhebungsmethode	5
3. Entwicklung des Erhebungsinstruments	6
4. Grundgesamtheit und Stichprobenziehung	8
4.1. Grundgesamtheit	8
4.2. Stichprobenanlage.....	8
4.3. Stichprobenumfang.....	8
4.4. Stichprobenanlage.....	9
4.4.1. Telefonbefragung	9
4.4.1.1. Auswahlbasis.....	9
4.4.1.2. Schichtung der Festnetzstichprobe.....	10
4.4.2. Onlinebefragung (Access-Panel)	11
5. Durchführung der Feldarbeit.....	12
5.1. Telefonbefragung	12
5.1.1. Durchführung der Feldarbeit	12
5.1.2. Auswahl der Probanden auf Haushaltsebene	13
5.1.3. Stichprobensteuerung in der Feldphase	13
5.1.4. Durchführung der Befragung	14
5.1.5. Monitoring der Befragungs- und Datenqualität.....	15
5.2. Onlinebefragung	16
5.2.1. Durchführung der Feldarbeit	16
5.3. Feldzeit.....	18
6. Datenaufbereitung	18
7. Gewichtung	18
8. Feldbericht.....	19
8.1. Telefonbefragung	19
8.2. Onlinebefragung	22

Untersuchungssteckbrief

Auftraggeber	ISD – Institut für interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung
Durchführendes Institut	INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung
Methode	Mixed-Mode, kombinierte telefonische Befragung (CATI = Computer-Assisted Telephone Interviewing) und Onlinebefragung (CAWI) Ergänzend: Push To Web (CATI)
Grundgesamtheit	CATI und Push to Web: Bevölkerung im Alter von 16 bis 70 Jahren mit Festnetzrufnummer/Mobilfunkrufnummer (deutschsprachig). CAWI: in einem Online-Access-Panel angemeldete Personen im Alter von 16 bis 70 Jahren (deutschsprachig)
Auswahlverfahren der Zielperson	CATI-Festnetz: Mit Hilfe des Last-Birthday-Verfahrens wurde innerhalb des Haushalts die Befragungsperson festgelegt. Somit wurde sichergestellt, dass die Auswahlwahrscheinlichkeit für alle Haushaltsmitglieder gleich war. CATI-Mobilfunk und CAWI: kein Auswahlverfahren
Anzahl der Interviews	Durchgeführt wurden insgesamt 12.308 verwertbare Interviews: n = 8.014 CATI (inkl. 56 Push to Web) und n = 4.294 CAWI.
Feldzeit	1. August bis 16. Oktober 2023

1. **Allgemeine Hinweise zur repräsentativen Bevölkerungsbefragung**

Das ISD, Institut für interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung, gemeinsam mit der Universität Bremen und der INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung wurden von den Lottogesellschaften mit der Durchführung und Auswertung der Glücksspielsurvey 2023 beauftragt.

Das Ziel war die Fortschreibung der zweijährlich durchgeführten Erhebung zur Prävalenz von Glücksspiel und verschiedenen Glücksspielen und Spielarten, aber auch der Prävalenz von pathologischem Spiel in verschiedenen Bevölkerungsgruppen. Darüber hinaus sollen die erhobenen Daten eine Grundlage für weiterführende Analysen zur Glücksspielsucht und für Präventionsmaßnahmen liefern.

Vom Auftraggeber wurden im Vorfeld der Untersuchung verschiedene Anforderungen vorgegeben. Ein wesentlicher Anspruch an die Untersuchung war die Durchführung einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung mit der Möglichkeit, die Daten deutschlandweit, aber auch bezogen auf verschiedene Altersgruppen auswerten zu können.

Vor dem Hintergrund der geringen telefonischen Erreichbarkeit von jüngeren und mobilen Zielgruppen wurde wie 2021 eine Befragung im Mixed-Mode-Design realisiert, d.h. eine parallele CATI- und CAWI-Befragung. Gleichwohl wurden beide Teilbefragungen bevölkerungsrepräsentativ im Hinblick auf Altersgruppen, Geschlecht, Bundesland und Schulbildung angelegt.

Bei der Gestaltung des Fragebogens sollten grundsätzliche Vergleiche mit früheren Erhebungen, insbesondere mit dem Glücksspielsurvey 2021 sowie hinsichtlich der Glücksspielprävalenzen, ermöglicht werden. Notwendige Ergänzungen, insbesondere bei der Frage nach den genutzten Glücksspielangeboten, wurden jedoch vorgenommen.

Der Fragebogenentwurf wurde vom Auftraggeber weiterentwickelt und der INFO GmbH zur Programmierung übergeben.

Nach abschließender insbesondere methodischer Beratung für die Finalisierung des Fragebogens durch die INFO GmbH und Freigabe durch den Auftraggeber wurde im Anschluss an eine umfangreiche Testphase des Fragebogens ein Pretest realisiert und der Fragebogen nochmals optimiert.

2. Erhebungsmethode

Die repräsentative Bevölkerungsbefragung wurde im Mixed-Mode-Design als kombinierte CATI-Befragung (CATI = Computer Assisted Telephone Interviewing) mit Dual-Frame-Ansatz und Online- bzw. CAWI-Befragung (CAWI = Computer Assisted Web Interviewing) durchgeführt. Damit wurde der methodische Ansatz aus dem Jahr 2021 wiederholt. Ergänzend wurde als Methodentest eine Push-to-Web-Befragung durchgeführt, bei der Zielpersonen, die an der CATI-Untersuchung teilnehmen wollten, zur Online-Teilnahme an der Umfrage motiviert wurden.

Die Festlegung auf eine Befragung im Mixed-Mode-Design aus CATI- und CAWI-Interviews erfolgte bereits 2021 vor dem Hintergrund der abnehmenden telefonischen Erreichbarkeit junger und mobiler Zielgruppen. Der Methodenwechsel gegenüber früheren Studien war notwendig, weil insbesondere die junge Bevölkerung kaum noch in repräsentativen Telefonbefragungen vertreten ist. Gründe dafür sind neben der schlechteren Erreichbarkeit auch eine geringere Teilnahmebereitschaft gegenüber älteren Bevölkerungsgruppen, die auch durch die Einbeziehung von Mobilfunknummern nicht ausgeglichen werden kann.

Für die Ermittlung von Prävalenzen verschiedener Spielformen, die Analyse von Spielsucht und entsprechenden Präventionsmöglichkeiten ist jedoch eine repräsentative Abbildung aller Altersgruppen in der Stichprobe unabdingbar.

Andererseits können mit einer ausschließlichen Onlinebefragung, insbesondere aus Online-Access-Panels, nur onlineaffine Personen mit einer E-Mailadresse, die in Online-Access-Panels eingetragen sind, in die Stichprobe einbezogen werden. Da es derzeit kein nationales E-Mail-Register gibt, ist ein repräsentativer Stichprobenansatz mit einer ausschließlichen Onlinebefragung derzeit noch nicht umsetzbar.

Mit einem Mixed-Mode-Ansatz aus CATI- und Online-Interviews können die Vorteile beider Erhebungsmethoden genutzt und die jeweiligen Nachteile ausgeglichen werden. Die Erweiterung des bisherigen Erhebungsdesigns um eine Onlinebefragung diente 2021 vor allem der Verbesserung der Stichprobenqualität und der Verbesserung der Abdeckung der Gesamtbevölkerung in der Stichprobe.

2023 wurde die Stichprobenanlage weiter verfeinert, so dass etwaige Einstellungsunterschiede, die sich aufgrund der unterschiedlichen Grundgesamtheiten ergeben (deutschsprachige Bevölkerung mit Festnetz- oder Mobilfunknummer versus deutschsprachige Bevölkerung, die in einem Online-Access-Panel angemeldet ist), möglichst ausgeglichen. So wurden die CATI- und die CAWI-Stichproben jeweils in

sich als bevölkerungsrepräsentativ nach Altersgruppen, Geschlecht, Bundesland und Bildungsabschluss angelegt. Ergänzend wurde bei der CAWI-Befragung auf drei Online-Panels zurückgegriffen, um etwaige Verzerrungen in der Struktur der Online-Panels zu streuen. Auch alle drei CAWI-Stichproben waren repräsentativ nach Altersgruppen, Geschlecht, Bundesland und Bildungsabschluss quotiert, so dass jede Teilstichprobe als in sich repräsentativ nach diesen Merkmalen angesehen werden kann und damit insgesamt vier repräsentative Teilstichproben vorliegen. Diese wurden zusätzlich als Gesamtstichprobe bevölkerungsrepräsentativ gewichtet.

3. Entwicklung des Erhebungsinstruments

Grundlage für die Entwicklung des Erhebungsinstruments war der Fragebogen der Vorwelle aus dem Jahr 2021, der vom Auftraggeber bereitgestellt wurde. Er enthielt Ergänzungen an bestehenden Fragen sowie Streichungen und neue Fragen.

Die Abfrage der Glücksspielprävalenzen und der weiterführenden Fragen zu den einzelnen Glücksspielen blieb im Vergleich zur vorherigen Erhebungswelle unverändert. Allerdings wurden einzelne Glücksspielarten ergänzt bzw. konkretisiert, um detailliertere Angaben insbesondere im Bereich der Soziallotterien und des Gewinnsparens der Banken und Sparkassen zu erhalten.

Pathologisches Glücksspiel wurde erneut anhand des DSM V ermittelt. In den Fragebogen wurden erneut sowohl die Variante für Erwachsene als auch eine Variante für Minderjährige integriert und entsprechend ausgesteuert.

Für die Beantwortung von verschiedenen Forschungsfragen wurden ergänzend Fragen aus dem Problem Gambling Severity Index (PGSI) und Diagnostikinstrumenten für Alkoholmissbrauch, AUDIT-C, integriert.

Der finalisierte Fragebogen wurde mit der Software keyingress programmiert und anhand von Testplänen ausgiebig getestet. Nach der Freigabe der Programmierung erfolgte ein Pretest, bei dem insgesamt $n = 25$ telefonische Interviews realisiert wurden.

Im Rahmen des Pretests wurde untersucht, ob die Antworten der Probandinnen und Probanden den Inhalt der gestellten Fragen abbilden, ob es Verständnisprobleme bei einzelnen Fragen gibt, ob die Reihenfolge der Fragen optimal ist, ob der Fragebogen noch Mängel und Störfaktoren aufweist und ob die angenommene Interviewdauer eingehalten wird.

Im Vorfeld wurden die beteiligten Interviewerinnen und Interviewer besonders darauf geschult, verzögerte Antwortreaktionen der Befragten und Missverständnisse zu erkennen und zu erfassen. Nach Abschluss der Pretestinterviews wurde mit den beteiligten Interviewenden ein Workshop realisiert, in dem diese ihre konkreten Erfahrungen mit dem Fragebogen insgesamt sowie mit jeder Einzelfrage berichten und Änderungsvorschläge unterbreiten konnten, um den Fragebogen erforderlichenfalls im Hinblick auf die Realisierung der Interviews zu optimieren.

Auf der Grundlage des Pretests wurden Empfehlungen zur Optimierung entwickelt, umgesetzt und im Rahmen der ersten Interviews erneut getestet. Die Hauptfeldarbeit wurde nach der Freigabe der überarbeiteten Programmierung begonnen.

Im Befragungsverlauf erfolgten regelmäßige Kontrollen der Datenqualität. Zur Gewährleistung einer hohen Datenqualität wurden in den Online-Fragebogen verschiedene Testfragen integriert. Die Beantwortung der Fragen diente als Indikator für die Qualitätsbeurteilung der jeweiligen Befragungsdaten.

Zusätzlich wurde eine Nachbefragung realisiert, bei der inhaltlich unplausibel erscheinende Angaben einer Überprüfung unterzogen wurden.

Im Mittel hat die Beantwortung der Fragen 20 Minuten (Mittelwert) erfordert, unabhängig von der Erhebungsmethode.

Befragungsmethode	Interviewdauer-	Interviewdauer
	Mittelwert	Median
Telefonische Befragung (CATI)	20:01	18:34
Onlinebefragung (CAWI)	20:13	14:38
Gesamt	20:06	17:28

Tabelle 1: Interviewdauer gesamt

Die vergleichsweise hohe Befragungsdauer der Onlineinterviews im Vergleich zu CATI ist auf die größere Spiel-Prävalenz zurückzuführen, da die Befragungsdauer neben der Erhebungsmethode auch abhängig vom Spielertyp war. Beispielsweise haben Befragte, die an keinerlei Glücksspielen teilgenommen haben, insgesamt 16 Minuten für ein Telefoninterview und 15 Minuten für die Onlinebefragung benötigt. Bei Befragten, die innerhalb der vergangenen 12 Monate an mindestens einem Glücksspiel beteiligt waren, betrug die mittlere Interviewdauer dagegen knapp 28 Minuten für ein Telefoninterview bzw. etwas mehr als 22 Minuten für die Onlinebefragung.

Befragungsmethode	InterviewdauerTelefon (CATI)		InterviewdauerOnline (CAWI)	
	Mittel- wert	Median	Mittel- wert	Median
kein Glücksspiel	16:15	15:31	15:07	10:23
Glücksspielteilnahme länger als 12 Monate zurückliegend	19:25	18:42	17:12	11:56
Glücksspielteilnahme innerhalb der letzten als 12 Monate	27:47	26:50	22:27	16:46

Tabelle 2: Interviewdauer nach Prävalenz

4. Grundgesamtheit und Stichprobenziehung

4.1. Grundgesamtheit

Grundgesamtheit für die Erhebung waren einerseits die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten im Alter zwischen 16 Jahren und 70 Jahren mit mindestens einem Telefonanschluss (Festnetz oder Mobilfunk) und andererseits deutschsprachige Personen zwischen 16 und 70 Jahren, die in einem Online-Access-Panel angemeldet sind.

4.2. Stichprobenanlage

Die Erhebung erfolgte als repräsentative Bevölkerungsbefragung.

4.3. Stichprobenumfang

Der Gesamtstichprobenumfang der Erhebung beträgt $n = 12.308$ vollständige Interviews, von denen 65 Prozent telefonisch und 35 Prozent als Onlinebefragung durchgeführt wurden. Innerhalb der Telefonstichprobe wurden knapp drei Viertel der Befragten über Mobilfunk und etwas mehr als ein Viertel über Festnetz befragt. Dies entspricht den Empfehlungen des ADM zum Dual-Frame-Stichprobendesign.

Befragungsmethode	Anzahl der Interviews	Anteil an Gesamtstichprobe
Telefonische Befragung (CATI), Festnetz	2.051	16,7%
Telefonische Befragung (CATI), Mobilfunk	5.963	48,4%
<i>Darunter telefonische Befragung (CATI), Push to Web</i>	56	0,5%
<i>Telefonische Befragung (CATI) insgesamt</i>	8.014	65,1%
Onlinebefragung (CAWI)	4.294	34,9%
Gesamt	12.308	100,0%

Tabelle 3: Stichprobenumfang nach Erhebungsmethoden

4.4. Stichprobenanlage

4.4.1. Telefonbefragung

4.4.1.1. Auswahlbasis

Auswahlbasis für die Stichprobenziehung war das aktuelle ADM-Mastersample (Festnetznummern). Diese von der Arbeitsgemeinschaft ADM-Telefonstichproben gemeinsam genutzte Stichprobenbasis enthält über 100 Millionen nach dem ADM-Standard zufällig generierte Telefonnummern, mit denen alle möglicherweise vergebenen deutschen Festnetznummern abgedeckt werden. Damit wird sichergestellt, dass auch solche Haushalte in die Stichprobe gelangen können, die keinen Eintrag in öffentlichen Telefonverzeichnissen haben.

Das ADM-Mastersample basiert auf den Eckdaten des Rufnummernraums, der von der Bundesnetzagentur verwaltet und den Telefonanbietern zur Verfügung gestellt wird sowie Rufnummern, die in Telefonverzeichnissen eingetragen sind. Die generierten Rufnummern werden jeweils in 10er-Blöcken (letzten beiden Ziffern 0 bis 9) aufbereitet. Sobald mindestens eine Rufnummer innerhalb eines 10er-Blocks vergeben ist, werden die restlichen generierten Nummern in die Auswahlgrundlage integriert, unabhängig davon, ob alle weiteren Rufnummern vergeben sind oder nicht.

Solche Rufnummern, bei denen die Inhaberin bzw. der Inhaber gegenüber einem ADM-Institut erklärt hat, niemals im Zusammenhang mit einer Befragung angerufen werden zu wollen, werden in der ADM-Sperrdatei erfasst und in der Auswahlgrundlage gesperrt. Diese Sperrdatei wird täglich mit der aktuellen Stichprobe abgeglichen.

Private und geschäftliche Rufnummern sind im ADM-Mastersample ebenfalls mit einer Wahrscheinlichkeit zugeordnet und entsprechend gekennzeichnet. Als geschäftlich gekennzeichnete Rufnummern werden aus der Stichprobe von vornherein ausgeschlossen. Falls sich dennoch zu Interviewbeginn herausstellt, dass ein geschäftlicher Anschluss kontaktiert wurde, wird das Interview beendet.

Zusätzlich wurden über die gesamte Feldzeit gleichmäßig gestreut fast 75 Prozent der Interviews über Mobilfunk durchgeführt. Die Mobilfunkstichprobe wurde aus der entsprechenden ADM-Auswahlgrundlage gezogen, die alle möglicherweise vergebenen Mobilfunknummern in allen von der Bundesnetzagentur freigegebenen Vorwahlbereichen enthält.

Die direkt aus dem ADM-Mastersample gezogenen Rohstichproben wurden mit einem Predictive-Dialer angerufen. Vergebene Rufnummern wurden den Interviewenden zugestellt, nicht vergebene Rufnummern wurden erkannt und entsprechend abgelegt. Dafür stehen dem Predictive-Dialer ca. 360 Sprachkanäle (SIP-Trunks) zur Verfügung. Sobald sich herausstellt, dass die Rufnummer geschaltet oder nicht geschaltet ist, wurde der Call sofort unterbrochen, so dass ausgeschlossen werden konnte, dass das Telefon am jeweiligen Anschluss klingelte. Das daraus gewonnene Universum geschalteter Rufnummern bildete die Ausgangsstichprobe für die nachfolgende Schichtung.

4.4.1.2. Schichtung der Festnetzstichprobe

Die (a priori) Schichtung der Ausgangsstichprobe erfolgte nach der amtlichen Gebietseinteilung, in diesem Falle nach den Bundesländern.

Innerhalb der jeweiligen Schichten erfolgte eine uneingeschränkte proportionale Zufallsauswahl aus allen zur Verfügung stehenden Rufnummern.

Für jede Schicht wurden die Sollvorgaben auf Haushaltsbasis anhand der amtlichen Statistik berechnet und entsprechende vollautomatische Quotierungen in der Befragungssoftware programmiert. Sobald das Stichprobensoll erfüllt war, wurden keine weiteren Rufnummern aus der jeweiligen Schicht mehr angerufen.

Die Ausgangsstichprobe bestand also aus einer mikrostratifizierten und ungeklumperten Stichprobe, die proportional entsprechend der Zahl der Privathaushalte auf die einzelnen Schichtungszellen aufgeteilt wurde.

Die genaue regionale Zuordnung des Zielhaushaltes wurde durch die Abfrage des Wohnortes (Landkreis, GKZ und Ortsteil) vorgenommen. In jedem Teilgebiet wurde

anschließend zunächst eine haushalts-repräsentative CATI-Befragung durchgeführt.

4.4.2. Onlinebefragung (Access-Panel)

Die Teilnehmenden für die reine Onlinebefragung wurden aus den aktiv rekrutierten Online-Access-Panels von Norstat und Gapfish gewonnen, die jeweils über ein Panel mit mehreren hunderttausend aktiven Panelistinnen und Panelisten verfügen.

Die Rekrutierung der Panelteilmitglieder in den aktiv rekrutierten Panels erfolgt über verschiedene Kanäle. So werden z.B. Affiliate-Partnerschaften, E-Mail-Kampagnen, Social-Media-Rekrutierungen, Suchmaschinen-Marketing oder Tell-A-Friend-Kampagnen eingesetzt. Zur Vermeidung von Mehrfachanmeldungen wird auf eine Zwei-Faktor-Authentifizierung gesetzt. Zudem werden generische Mails wie „info@...“ und Domains, die auf Blacklists stehen, ausgeschlossen. Im Rahmen des Rekrutierungsprozesses erfolgen Plausibilitätschecks (z.B. Abgleich der Postleitzahl mit Angaben zum Wohnort etc.). Die Panelmitglieder durchlaufen einen Profilfragebogen, in dem sie wichtige Angaben zur Soziodemografie machen. Im Laufe der Mitgliedschaft werden weitere Variablen erhoben. Das Panelmanagement steuert die Rekrutierung neuer Mitglieder dann gezielt aufgrund der laufenden Zusammensetzung des Panels (z.B. gezielte Rekrutierung unterrepräsentierter Zielgruppen).

Zudem wurden Teilnehmende an der reinen Onlinebefragung aus dem offline rekrutierten Panel GIMpulse gewonnen.

Dieses Panel wird seit 2021 kontinuierlich durch die GIM DiCom (100%ige GIM-Tochter, ISO-zertifiziert) aufgebaut und ist vollständig offline rekrutiert (Mix aus persönlichen Befragungen CATI/ F2F und postalischen Befragungen).

Das GIMpulse-Panel zeichnet sich durch vor allem durch folgende Merkmale aus:

- Flächendeckende Stichproben durch den Einsatz des ADM-Stichprobensystems.
- Gute Streuung über alle soziodemographischen Gruppen.
- Ansprache auch digital weniger versierter Menschen.
- Vermeidung von Selbstselektionseffekten durch offline Panelrekrutierung
- Hohe Loyalität durch kontinuierliche Kommunikation und persönliche Betreuung sowie regelmäßige Informationen für die intrinsische Motivation.
- Dokumentation der Teilnahme, um die Einladung zu thematisch gleichartigen Befragungen auszuschließen.

- DSGVO: Bei der Panelregistrierung wird die Einverständniserklärung DSGVO-konform eingeholt und dokumentiert.

Alle drei Panelanbieter sind zertifiziert nach ISO 20252.

Mehrfachteilnahmen über beide Befragungskanäle (CATI und Online-Access-Panel) sind aufgrund der geringen Stichprobe im Vergleich zur sehr großen Grundgesamtheit und der Erfahrung, dass Online-Panelistinnen und -Panelisten kaum an telefonischen Befragungen teilnehmen, extrem unwahrscheinlich.

Mehrfachteilnahmen aus den genutzten Online-Accesspanels wurden durch intensive Kontrollen (u.a. über soziodemografische Angaben, die IP-Adresse und das generelle Antwortverhalten) ausgeschlossen.

Im Zuge der Panelrekrutierung wurden von den Panelanbietern z.B. folgende weitere Maßnahmen zur Qualitätssicherung durchgesetzt:

- zuverlässige Cash-Incentive-Programme
- ständige Überprüfung der Antwortkonsistenz
- ausschließliche Nutzung der Daten für Markt- und Sozialforschungszwecke
- regelmäßige Bereinigung der Panels
- kein Over- oder Underentertainment der Teilnehmer

Die aus den verschiedenen Panels generierten Stichproben wurden im Feldverlauf kontinuierlich auf Abweichungen im Antwortverhalten geprüft. Dabei wurden jedoch keine auffälligen Unterschiede festgestellt.

5. Durchführung der Feldarbeit

5.1. Telefonbefragung

5.1.1. Durchführung der Feldarbeit

Die Telefonbefragung wurde im Telefonstudio der INFO GmbH und weiteren Kooperationspartnern durchgeführt. Insgesamt standen auf diese Weise täglich etwa 70 CATI-Arbeitsplätze zur Verfügung. Während der Durchführung der Befragung waren, je nach Anzahl der eingesetzten Interviewer, bis zu acht Supervisorinnen und Supervisoren im Einsatz.

Zu Beginn der Befragung wurden alle Interviewerinnen und Interviewer in die Studie eingewiesen und mit dem Fragebogen vertraut gemacht. Die Schulung der Interviewenden erfolgte durch die Supervisorinnen und Supervisoren. Diese wurden wie-

derum von der Projektleitung in das Projekt eingewiesen und erhielten Schulungsunterlagen für die Interviewereinweisung, um sicherzustellen, dass alle relevanten Informationen an die Interviewenden weitergegeben wurden.

5.1.2. Auswahl der Probanden auf Haushaltsebene

In jedem der ausgewählten Festnetzhaushalte wurde jeweils nur eine einzige Person als Zielperson ausgewählt. Dies galt unabhängig davon, wie viele Personen, die zur Grundgesamtheit gehören, im jeweiligen Haushalt leben.

Falls im kontaktierten Haushalt mehrere zur Grundgesamtheit gehörende Personen lebten, erfolgte die Auswahl der Zielperson nach einem bewährten Zufallsverfahren, der „Next-Birthday-Methode“. War diese Person anwesend, wurde darum gebeten, das Gespräch weiterzuleiten. War sie nicht anwesend, wurde ein Termin für eine erneute Kontaktaufnahme vereinbart. Bei der erneuten Kontaktaufnahme wurde von vornherein darum ersucht, mit der ausgewählten Person sprechen zu dürfen. Ein Interview mit einem anderen als dem zufällig ausgewählten Haushaltsmitglied war nicht zulässig. So wurde sichergestellt, dass die Auswahlwahrscheinlichkeit für alle zur Zielgruppe gehörenden Haushaltsmitglieder identisch war.

Da im Unterschied zum Kontakt auf einer Festnetznummer bei den Mobilfunknummern eine Kontaktaufnahme auf Haushaltsebene entfiel, konnte das Interview direkt begonnen werden.

5.1.3. Stichprobensteuerung in der Feldphase

Mit Hilfe des Predictive Dialers wurden Telefonnummern automatisch angewählt und hergestellte Verbindungen einer verfügbaren Interviewerin bzw. einem verfügbaren Interviewer zugewiesen. Die Interviewerin bzw. der Interviewer übernahm das Gespräch, erläuterte Ziel und Zweck des Anrufes und begann gegebenenfalls das Interview bzw. vereinbarte einen Termin zu einem späteren Zeitpunkt.

Um die Wahrscheinlichkeit von Klagen zu minimieren, erfolgte ein täglicher Abgleich der für die Befragung verwendeten Stichproben mit der ADM Sperrdatei: Die INFO GmbH liefert – wie alle anderen ADM-Institute auch – täglich bis zu einem festgelegten Zeitpunkt aktuelle Telefonnummern von Personen, die den ausdrücklichen Wunsch geäußert haben, nicht an telefonischen Umfragen teilnehmen zu wollen. Von der Arbeitsgemeinschaft wird dann darauf basierend eine laufend aktualisierte Sperrdatei zur Verfügung gestellt.

Während der gesamten Feldzeit wurde die Verteilung hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht, Schulbildung und Region (Bundesland) kontinuierlich abgeglichen.

5.1.4. Durchführung der Befragung

Zu Beginn des Interviews erhielten alle Befragten die obligatorischen Erläuterungen zum Datenschutz, zur Vertraulichkeit aller Angaben sowie zur Freiwilligkeit der Teilnahme.

Die telefonische Kontaktaufnahme erfolgte in der INFO GmbH von montags bis freitags in der Zeit von 14 bis 21 Uhr.

Die Steuerung der Stichprobe erfolgte vollautomatisch mittels des in die Befragungssoftware „keyingress“ integrierten Sample-Managements-Systems. Während der gesamten Feldzeit erfolgte ein ständiger Abgleich der Verteilung der Nettostichprobe mit der Soll-Verteilung hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht, Schulbildung, Region und Raumtyp. Für die Anteile der Soll-Verteilung wurden die Quotenvorgaben der Raumtypen sowie die amtliche Statistik des Statistischen Bundesamtes herangezogen.

Nicht erreichte Haushalte wurden jeweils zu unterschiedlichen Tageszeiten und an unterschiedlichen Wochentagen erneut angerufen. Der Mindestabstand bis zur Wiedervorlage lag in der Regel bei ca. vier Stunden.

Um eine höchstmögliche Ausschöpfung zu gewährleisten und auch schwer erreichbare Personen in die Stichprobe einbeziehen zu können, wurde jede Rufnummer bis zu zehnmal kontaktiert. Wenn bis dahin kein erfolgreicher Kontakt zustande kam, handelte es sich erfahrungsgemäß um nicht vergebene Rufnummern, bei denen keine automatische Ansage des jeweiligen Providers geschaltet war, und damit um stichprobenneutrale Ausfälle.

Unmittelbar nach Projektbeginn erfolgt eine uneingeschränkte Zufallsauswahl aus den in der Datenbank verfügbaren Rufnummern pro Schichtungszelle (Bruttoansatz). Im weiteren Feldverlauf erfolgt dann eine Priorisierung bei der Auswahl der Rufnummern:

- a) Erste Priorität haben feste Terminvereinbarungen.
- b) Zweite Priorität haben unverbindliche Terminvereinbarungen.
- c) Dritte Priorität haben Rufnummern mit höherer Kontakthistorie, diese wiederum absteigend nach Anzahl der Vorkontakte.
- d) Letzte Priorität haben Rufnummern mit einem oder keinem vorherigen Anrufversuch. Sobald eine entsprechende Anzahl von Rufnummern mit höherer Priorität verfügbar ist, werden also de facto alle diese Rufnummern in der Stichprobe deaktiviert und erst dann sukzessive wieder genutzt, wenn

die Anzahl der vorhandenen Rufnummern mit höherer Priorität zu gering wird.

Zur Sicherung einer möglichst hohen Ausschöpfung trugen zudem die folgenden Maßnahmen bei:

- Einsatz besonders erfahrener und speziell geschulter Interviewerinnen und Interviewer
- Priorisierung der Bruttostichprobe mit dem Ziel einer möglichst hohen Anzahl von Bruttokontakten, um nicht nur leicht erreichbare Haushalte in die Stichprobe aufzunehmen
- mehrere Kontaktversuche an unterschiedlichen Wochentagen sowie zu unterschiedlichen Tageszeiten
- Auswahl der Zielperson in Mehrpersonenhaushalten per Zufallsauswahlverfahren und ausschließliche Befragung dieser Person
- Möglichkeit eines Rückrufs durch den Befragten (Mailbox mit Weiterleitungsfunktion oder direktes Durchstellen zu einer Interviewerin bzw. einem Interviewer)
- Möglichkeit jedweder individueller Terminvereinbarungen für den Beginn und/oder die Fortsetzung des Interviews (bei Unterbrechungen)
- Sicherstellung der Einhaltung aller vereinbarten Gesprächstermine

Auch die Aufhebung der Rufnummernunterdrückung, die auf eine freiwillige Selbstverpflichtung der Verbände der Markt- und Sozialforschung in Deutschland von Ende 2008 zurückgeht, leistete einen Beitrag zur Erhöhung der Ausschöpfung. Bei einem Anruf durch die INFO GmbH wurde im Display des Telefons der angerufenen Person eine Rufnummer angezeigt. Bei Rückruf konnten per Ansage verschiedene Informationen zum Institut, zum Zweck des Anrufs oder auch zu der Herkunft der Rufnummer eingeholt werden. Bei Bedarf konnte zudem der direkte Kontakt zu einer verantwortlichen Mitarbeiterin bzw. einem verantwortlichen Mitarbeiter hergestellt werden.

5.1.5. Monitoring der Befragungs- und Datenqualität

Während der Befragung erfolgte zusätzlich ein durchgängiges Monitoring durch die Supervisorinnen und Supervisoren, d.h. die Interviews wurden stichprobenartig am Bildschirm verfolgt und mitgehört. Bei Beanstandungen griffen die Supervisorinnen und Supervisoren sofort ein und schulten die Interviewenden gegebenenfalls nach. Zudem war – auch durch den engen Kontakt zur Projektleitung – gewährleistet,

dass bei auftretenden inhaltlichen Problemen umgehend eine Lösung abgestimmt werden konnte.

Der Erhebungsverlauf wurde durch die Leitung des Telefonstudios und die Projektleitung kontinuierlich beobachtet. Der aktuelle Feldstand wurde durchgängig analysiert. In diesem Zusammenhang wurden die Leistung und Datenqualität der einzelnen Kooperationspartner auf der Basis der einzelnen Interviewenden verglichen und tägliche Berichte erstellt. Bei Bedarf wurden einzelne Interviewende nachgeschult.

5.2. Onlinebefragung

5.2.1. Durchführung der Feldarbeit

35 Prozent aller Interviews erfolgten Online: 39 Prozent der Onlineinterviews wurden mit Gapfish, 38 Prozent mit Norstat und 23 Prozent mit GIMPulse realisiert.

Die Rekrutierung bzw. Ansprache der Probandinnen und Probanden für die Teilnahme an der Befragung erfolgte durch die Panelanbieter selbst auf Basis der dort vorhandenen E-Mail-Adressen. Für die Teilnahme an der Befragung wurden die URL des Fragebogens sowie für jede Probandin und jeden Probanden eine individuelle Zugriffskennung (Link) übermittelt, mit der diese den Fragebogen erreichen konnten.

Die Zugriffskennungen bzw. Links zum Fragebogen wurden zufällig generiert und erlaubten eine einmalige Befragungsteilnahme bei beliebig häufigen Unterbrechungen und Wiederaufnahmen an der abgebrochenen Stelle. Doppel-Teilnahmen waren damit generell ausgeschlossen.

Die entsprechenden Links wurden von der INFO GmbH produziert und elektronisch bereitgestellt. Damit war zugleich ein Höchstmaß an Anonymität sichergestellt, da einerseits das Institut in diesem Falle nicht weiß, wer konkret welche Kennung erhalten hat, und von der INFO GmbH andererseits keine Informationen zurückgegeben wurden, mit welcher Kennung welcher konkrete Fragebogen ausgefüllt wurde.

Die Befragungsdaten wurden ausschließlich anonym erfasst und entsprechend ausgewertet.

Auf den für die Befragung genutzten Rechnern wurden keinerlei Daten gespeichert (z.B. Cookies etc.). Auf diesen PC's musste auch keine Zusatzsoftware installiert werden. Voraussetzung war lediglich ein Internet-Browser mit Internet-Zugriff. Der Fragebogen konnte alternativ auch mit Tablet-Computern oder Smartphones bearbeitet werden.

Zur Gewährleistung einer möglichst hohen Ausschöpfung wurden wenige Tage nach Feldstart zusätzlich eine Erinnerungs- bzw. Mailaktionen unternommen.

Im Verlauf der Feldphase wurden weitere Panelmitglieder für die Teilnahme an der Befragung eingeladen, wenn absehbar war, dass der anvisierte Stichprobenumfang mit der Ausgangsstichprobe nicht realisierbar war.

Die Incentivierung der Teilnehmenden erfolgte im Anschluss an die Befragung durch die jeweiligen Panelanbieter.

Während der gesamten Feldzeit erfolgte durch die INFO GmbH selbst eine durchgehende Feldkontrolle. Zur Prüfung der Datensätze gehörte dabei regelmäßig auch die Prüfung auf Vollständigkeit, die Einhaltung der Stichprobenvorgaben, die Kontrolle der Schlüssigkeit der Antworten und ein Vergleich der Antworten mit Normdaten, z.B. aus verfügbaren CATI-Befragungen. Die Prüfungen wurden teils manuell, großenteils jedoch auch computergestützt durchgeführt.

Fehlende oder falsche Angaben wurden aus dem Datenbestand ausgeschlossen. Ausgeschlossen wurden ebenfalls Datensätze mit unrealistisch geringen Interviewzeiten („Durchklicker“) und Datensätze, die den Qualitätskriterien nicht genügten. Die ausgeschlossenen Datensätze wurden jeweils nacherhoben.

Zusätzlich setzen wir zur weiteren Qualitätssteigerung von Online-Erhebungen auch ein KI-basiertes Prüfverfahren ein (ReDem, <https://redem.io/>). Hierbei wird ein auf bestimmten Kriterien (Befragungszeit, Varianz bei Matrixfragen, Plausibilität offener Fragen) basierender Gesamtscore pro Fall gebildet. Je nach Gesamtstruktur der Daten werden dann nach Abschluss der Feldarbeit alle Teilnehmenden unter einem bestimmten Schwellenwert aus dem Datenbestand ausgeschlossen.

Um die bestmögliche Datenqualität sicherzustellen, erfolgte im Zuge der Datenprüfung ein direkter Ergebnisvergleich unserer manuellen Prüfroutinen mit dem KI-basierten Prüfverfahren.

Während der gesamten Feldzeit erfolgte zusätzlich eine Kontrolle der Quotierung hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildungsgrad und Wohnort (Bundesland). Für jeden Split wurden entsprechende vollautomatische Quotierungen in der Befragungssoftware programmiert. Auf diese Weise konnten potenzielle Teilnehmende von vornherein von der Befragung ausgeschlossen werden, wenn die jeweiligen Quoten bereits erfüllt waren.

5.3. Feldzeit

Die Feldarbeit der repräsentativen Bevölkerungsbefragung wurde im Zeitraum vom 1. August bis 16. Oktober 2023 durchgeführt. Im Einzelnen wurden die CATI-Interviews in der Zeit vom 1. August bis 28. September und die CAWI-Interviews vom 7. September bis 16. Oktober 2023 realisiert.

6. Datenaufbereitung

Der vollständige Brutto-Datensatz ($n = 12.881$) wurde einer umfangreichen Qualitätsprüfung unterzogen, in die verschiedene Kriterien einbezogen wurden. Neben der Beantwortungsdauer für unterschiedliche Spielertypen (nach Spielprävalenz und Anzahl genutzter Glücksspiele) wurden auch Antwortmuster, z.B. Durchklicker, geringe Antwortvarianz oder Ausführlichkeit der Beantwortung von offenen Nennungen in die Analyse einbezogen. Ergänzend wurde die Beantwortung auf die verschiedenen Testfragen als Kriterium genutzt. Datensätze, die in mehreren der benannten Qualitätskriterien auffällig waren, wurden von der weiteren Bearbeitung ausgeschlossen. Insgesamt waren dies $n = 573$ Datensätze. Die verbliebenen $n = 12.308$ Datensätze bilden den Netto-Repräsentativdatensatz.

7. Gewichtung

Die Gewichtung der Stichprobe basierte auf den aktuellsten Angaben der amtlichen Statistik des Statistischen Bundesamtes (Stand: 31.12.2021).

Je nach Haushaltsgröße haben die Zielpersonen in den ausgewählten Festnetz-Haushalten unterschiedlich große Auswahlchancen. In einem Einpersonenhaushalt ist die Auswahlchance 1, in einem Zweipersonenhaushalt $\frac{1}{2}$ usw. Um letztlich eine repräsentative Personenstichprobe zu gewinnen, wurde die realisierte Stichprobe mathematisch im Nachhinein so gewichtet, dass jede Person der Grundgesamtheit stichprobentheoretisch die gleiche Auswahlchance erhielt.

Bei diesem Gewichtungsschritt wurden die Mobilfunk- und Onlinestichprobe als Personenstichprobe behandelt.

Aufgrund der Auswahlmethodik, der unterschiedlichen Erreichbarkeit und der unterschiedlichen Bereitschaft zur Interviewteilnahme in verschiedenen Bevölkerungsgruppen weicht die reale Verteilung der soziodemographischen Struktur in der Stichprobe im Regelfall von der tatsächlichen Verteilung in der Bevölkerung zwischen 16 und 70 Jahren ab.

Diese Verzerrungen wurden in jedem Einzeldatensatz per Gewichtung ausgeglichen, d.h. die soziodemographische Struktur der Stichprobe wurde der tatsächlichen Struktur in der Bevölkerung im Alter von 16 bis 70 Jahren angepasst. Die Gewichtung erfolgte anhand der Merkmale Alter, Geschlecht, Schulabschluss und Bundesland.

Die Gewichtung der soziodemographischen Merkmale erfolgte jeweils separat für sämtliche Erhebungsarten. Aus diesen Einzelgewichten ergibt sich im Gesamtdatensatz dann das Gesamtgewicht.

Sämtliche Gewichtungsschritte wurden iterativ so oft wiederholt, bis alle Variablen näherungsweise den tatsächlichen Verteilungen entsprachen.

8. Feldbericht

8.1. Telefonbefragung

Grundlage für die telefonische Befragung waren 133.451 Telefonnummern, die die unbereinigte Bruttostichprobe bildeten. Die Telefonnummern, die nicht zu einem Interview führten, wurden als Ausfälle bezeichnet und abhängig vom konkreten Ausfallgrund den qualitätsneutralen oder den systematischen Ausfällen zugeordnet. Als qualitätsneutrale Ausfälle gelten alle Ausfallgründe, die die Qualität der Befragung nicht beeinträchtigen. Systematische Ausfälle dagegen beeinflussen die Befragungsqualität.

Qualitätsneutrale Ausfälle waren:

- nicht belegte Telefonnummern, die vom Dialer als existent eingestuft wurden (kein Anschluss unter dieser Nummer)
- technisch bedingte Ausfälle, Fax-/Modem-Verbindungen
- Anschlüsse, bei denen nach den festgelegten zehn Kontaktversuchen keine Verbindung hergestellt werden konnte
- Anschlüsse, die nicht zur Grundgesamtheit gehören:
 - Anschlüsse von Behörden, Unternehmen, andere Nicht-Privatanschlüsse
 - Anschlüsse außerhalb der definierten Gebiete
 - Haushalte, in denen aufgrund von Sprachproblemen bzw. „Überforderung“ (z.B. aus Altersgründen) kein Interview geführt werden konnte
- nicht endgültig bearbeitete Telefonnummern (z. B. weniger als zehn Kontaktversuche bzw. ausgewählte Zielperson nicht erreicht)

Systematische Ausfälle waren:

- im Befragungszeitraum nicht erreichbare Zielpersonen (laut Auskunft der Kontaktperson bis zum geplanten Feldende nicht erreichbar)
- Verweigerungen
 - des Haushalts, d.h. Verweigerungen der Kontaktperson, bevor die Befragungsperson ausgewählt wurde bzw. Verweigerungen des Kontaktes zur ausgewählten Befragungsperson
 - der Ziel- bzw. Befragungsperson, d.h. nach erfolgter Auswahl der Befragungsperson, auch während des Interviews

Von der Bruttostichprobe waren 102.432 (77%) Telefonnummern (Festnetz- und Mobilfunknummern) als qualitätsneutrale Ausfälle abzuziehen. Damit verblieben in der bereinigten Bruttostichprobe 31.019 Telefonnummern.

Gradmesser für die Güte einer derartigen empirischen Erhebung ist die Ausschöpfung, d. h. die Umsetzung der bereinigten Bruttostichprobe in erfolgreich durchgeführte Interviews (Nettostichprobe).

Insgesamt wurden im Dual-Frame-Ansatz 8.014 verwertbare telefonische Interviews realisiert: 2.051 davon per Festnetz und 5.963 per Mobiltelefon. Die durchgeführte Anzahl der Interviews entspricht einer Ausschöpfung von ca. 26 Prozent. Die häufigsten Ausfallgründe waren Verweigerungen bzw. Abbrüche durch die Zielperson (63%). Seltener erfolgte die Verweigerung bereits durch den Haushalt (11%). Die Ausschöpfung für die Stichprobe ist in der Tabelle unten detailliert aufgeführt.

Die niedrige Ausschöpfung kann vor allem auf folgende Ursachen zurückgeführt werden:

Allgemein hohe Verweigerungsraten der Haushalte

Die Marktforschungsbranche sieht sich seit mehreren Jahren mit dem Trend einer sinkenden Teilnahmebereitschaft an Umfragen konfrontiert. Diese Entwicklung muss einerseits auf die in der Öffentlichkeit geführte Debatte um unerlaubte Werbeanrufe zurückgeführt werden, aber auch auf die Tatsache, dass in der Bevölkerung zwischen Direktmarketing und Marktforschung kaum unterschieden wird bzw. nicht unterschieden werden kann. Im Regelfall wird den Interviewenden auch keine Zeit eingeräumt, den Zweck der Studie zu erläutern bzw. die Personen von der Seriosität des Anliegens oder des Institutes zu überzeugen.

Erhöhte Verweigerung durch Abfrage von als zu persönlich eingestuften Angaben

Abbrüche während des Interviews sind in erster Linie darauf zurückzuführen, dass der Fragebogen zahlreiche Fragen enthält, deren Beantwortung als sehr persönlich eingestuft wird. Dazu gehören beispielsweise soziodemographischen Angaben, die zum Zwecke der Feldsteuerung bereits zu Beginn des Interviews erhoben werden müssen. Solche Fragen lassen insbesondere Personen, die wenig Erfahrungen mit Befragungen haben, misstrauisch werden. Sie vermuten, dass die Daten zweckentfremdet verwendet werden sollen, und zweifeln an der Seriosität der Untersuchung. Zwar ermöglichen wir die Möglichkeit, sich telefonisch oder auf unserer Website über die Befragung zu informieren. Diese Angebote werden jedoch nur von wenigen Personen in Anspruch genommen.

Keine erhöhte Verweigerung durch thematische Einseitigkeit

Das Befragungsthema wurde sehr allgemein angegeben, um Selbstselektionseffekte zu verhindern und die Repräsentativität der Stichprobe zu gewährleisten. In diesem Fall wurde das Thema „Freizeitverhalten“ genannt. Die Fokussierung auf das Thema Glücksspiel und die nachgelagerten Fragen zum pathologischen Spielverhalten führten zwar später vereinzelt zu Irritationen, hatten jedoch keine thematisch bedingten Befragungsabbrüche zur Folge. Dies bestätigt sich auch in der Analyse derjenigen, die das Interview abgebrochen haben. Im Rahmen der CATI-Befragung betraf dies 4.557 Probanden. Davon haben lediglich 2.321 Probanden die statistischen Fragen zu Interviewbeginn vollständig beantwortet (51%). In die Frage LT1 (Lebenszeitprävalenz) gelangten noch 1.867 Probanden. Die Lebenszeitprävalenz ist bei den vollständigen Interviews (ungewichtet 56,9%) auf dem gleichen Niveau wie bei den Abbrechern (55,3%). Bei der Abfrage der einzelnen Spielarten (Frage LT2) zeigt sich, dass die Abbrecher sogar eine etwas höhere Prävalenz haben als diejenigen, die das Interviews vollständig beantwortet hatten (z.B. Lotto 6 aus 49: Abbrecher 45%, vollständige Interviews: 41%, BINGO: Abbrecher 5%, vollständige Interviews: 4%, Deutsche Fernsehlotterie: Abbrecher 4%, vollständige Interviews 3%, jeweils ungewichtet auf Basis derjenigen, die jemals gespielt haben). Auf dieser Basis kann mit hoher Wahrscheinlichkeit eine bedeutsame Selektivität der Stichprobe ausgeschlossen werden.

	Anzahl	%
Bruttoansatz	133.451	100
Stichprobenneutrale Ausfälle	102.432	76,8
kein Anschluss unter dieser Nummer	28.300	21,2
Anschluss gehört nicht zur definierten Grundgesamtheit (Alter)	26.007	19,5
technisch bedingter Ausfall (kein Anruf, Fax, Modem)	31.514	23,6
Behörde/Betrieb/Anstalt -kein Privathaushalt	2.548	1,9
vereinbarte Maximalkontaktzahl erreicht (10 Anrufe)	7.015	5,3
nicht endgültig bearbeitete Nummern	7.048	5,3
Bereinigte Bruttostichprobe	31.019	41,2
Systematische Ausfälle	23.005	74,2
Haushalt verweigert, Abbruch	3.533	11,4
Zielperson verweigert, Abbruch	19.451	62,7
Aus Qualitätsgründen aus dem Datenbestand entfernt	21	0,1
Nettostichprobe		
vollständige Interviews	8.014	25,8

Tabelle 4: Berechnung der Kooperationsquote in der Telefonbefragung

8.2. Onlinebefragung

Grundlage für die Onlinebefragung waren 27.714 angeschriebene Panelmitglieder, die die unbereinigte Bruttostichprobe bildeten. Interviews, die wegen bereits erfüllter Quote, aufgrund des Alters, wegen ausbleibender Reaktion, des Abbruchs der Befragung oder des Ausschlusses aus dem Datensatz aus Qualitätsgründen nicht realisiert werden konnten, wurden als Ausfälle bezeichnet.

Von allen angeschriebenen Panelmitgliedern wurden 3.674 (13,3%) von der Befragung ausgeschlossen, weil die Quote bereits erfüllt war oder die Befragten außerhalb der vorgesehenen Altersspanne lagen. Damit verblieben im bereinigten Bruttoversand 24.040 Mailadressen.

Insgesamt wurden in der Onlinebefragung 4.294 verwertbare Interviews realisiert. Dies entspricht einer Ausschöpfung von ca. 18 Prozent. Der häufigste Grund für das Nichtausfüllen des Fragebogens war die ausbleibende Reaktion der angeschriebenen Personen (78%). Seltener kam es zu Abbrüchen oder wurde der Datensatz aus Qualitätsgründen aus der Stichprobe entfernt (jeweils 2%).

	Anzahl	%
Bruttoansatz (angeschriebene Panelmitglieder)	27.714	100
Screenout (Alter)	285	1,0
Durch "Quota Full" beendet	3.389	12,2
Bereinigter Bruttoversand	24.040	86,7
Keine Reaktion, Erreichbarkeit unbekannt	18.753	78,0
Aufruf des Fragebogens ohne weitere Aktion	26	0,1
Abbrüche	415	1,7
Aus Qualitätsgründen aus dem Datensatz entfernt	552	2,3
verwertete Interviews aus dem bereinigten Bruttoversand	4.294	17,9

Tabelle 5: Berechnung der Antwortquote in der Onlinebefragung