

# Methodenbericht

## „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“

Angela Prussog-Wagner, Katharina Sandbrink

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

Friedrich-Wilhelm-Straße 18  
D-53113 Bonn  
Tel. +49 (0)228/38 22-0  
Fax +49 (0)228/31 00 71  
info@infas.de  
www.infas.de

## Bericht an

Johannes Gutenberg-Universität Mainz  
Institut für Soziologie  
Prof. Dr. Gunnar Otte  
Jakob-Welder-Weg 12  
55128 Mainz

## Vorgelegt von

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH  
Friedrich-Wilhelm-Straße 18  
53113 Bonn

## Kontakt

Dr. Jacob Steinwede  
Bereich Sozialforschung

Tel. +49 (0)228/38 22-408  
E-Mail [j.steinwede@infas.de](mailto:j.steinwede@infas.de)

## Autoren

Angela Prussog-Wagner, Katharina Sandbrink

## Projekt

5849  
Bonn, Februar 2019  
Pa, Ak

© infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH  
Der Inhalt dieses Berichts darf ganz oder teilweise  
nur mit unserer schriftlichen Genehmigung veröffentlicht,  
vervielfältigt, gedruckt oder in Informations- und  
Dokumentationssystemen (information storage and  
retrieval systems) gespeichert, verarbeitet oder ausgegeben  
werden.

infas ist zertifiziert  
nach ISO 20252 für die Markt-,  
Meinungs- und Sozialforschung

**ISO 20252**



infas ist Mitglied im  
Arbeitskreis Deutscher Markt- und  
Sozialforschungsinstitute e.V.  
(ADM) und ESOMAR

**ADM**

**ESOMAR**  
member

## Vorbemerkung

Im Auftrag der Universität Mainz führte die infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH, Bonn, eine bundesweit repräsentative Erhebung zum Thema „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ durch. Erstmals erfolgte eine Befragung zu diesem Thema in Form computerunterstützter Face-to-Face-Interviews (CAPI) mit Listenheft. Es wurden 2.614 Personen mit einem Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland im Alter von 15 Jahren und älter befragt. Der Studientitel lautete „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“. Der Studie lag eine Einwohnermelderegisterstichprobe zugrunde.

In Vorbereitung auf die Hauptstudie wurden die gesamten Erhebungsunterlagen der Untersuchung in einem Pretest auf ihre Handhabbarkeit sowie ihre Feld- und Einsatzfähigkeit überprüft.

Der vorliegende Methodenbericht dokumentiert das Erhebungsdesign, die Stichprobenziehung, die Felddurchführung, die Prüfung des Datensatzes sowie die zentralen Ergebnisse der Feldarbeit der Haupterhebung. Die eingesetzten Erhebungsmaterialien sind im Anhang dokumentiert.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Design der Studie</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Erhebungsinstrumente</b>	<b>8</b>
2.1	CAPI-Fragebogen und Listenheft	8
2.2	Fragebogen zum Wohnumfeld	9
<b>3</b>	<b>Konzeption und Realisierung der Stichprobe</b>	<b>10</b>
3.1	Das Stichprobendesign im Überblick	10
3.2	Die Grundgesamtheit	10
3.3	Auswahlstufe 1: Ziehung der Gemeinden/Pointstichprobe	10
3.4	Auswahlstufe 2: Ziehung der Einsatzstichprobe (Einwohnermeldedaten)	11
3.4.1	Ziehung der Einwohnermeldedaten	11
3.4.2	Informationsbeschaffung	12
3.4.3	Einsatz von 2 Stichprobenstranchen	13
3.4.4	Prüfverteilungen für die Bruttostichprobe	13
<b>4</b>	<b>Feldorganisation und Datenlieferungen</b>	<b>16</b>
4.1	Interviewerschulung	16
4.2	Das Interviewmaterial	18
4.3	Anschreiben und Incentive	18
4.4	Dokumentation aller Kontakte im Feld	19
4.4.1	Kontakt Daten zu jeder eingesetzten Adresse	20
4.4.2	Lieferung der Bearbeitungsstände	20
4.4.3	Stichproben- und Interviewerkontrolle	21
4.4.4	Geprüfte Lieferung der Befragungsdaten	21
4.4.5	Adressübermittlung an die Universität Mainz	22
4.4.6	Feldzeitraum und Feldverlauf	22
<b>5</b>	<b>Feldergebnisse</b>	<b>24</b>
5.1	Feldendstand (Final Outcome)	24
5.2	Realisierung nach Fragebogenvariante	26
5.3	Interviewdauer	27
5.4	Wohnumfeldfragebögen	28
5.5	Anzahl durchgeführter Interviews pro Interviewer	28
5.6	Kontakthäufigkeit realisierte und nicht realisierte Fälle	29
5.7	Ergebnis der Kontrolle realisierter Interviews	29
<b>6</b>	<b>Gewichtung</b>	<b>31</b>
<b>7</b>	<b>Anhang</b>	<b>36</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Schulungsablauf	17
Abbildung 2	Elektronisches Kontaktprotokoll	20
Abbildung 3	Feldverlauf: kumulierte Interviews nach Feldwochen	23

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Übersicht über die Fragebogenvarianten	9
Tabelle 2	Verteilungen von Grundgesamtheit und Einwohnermeldestichprobe über Bundesländer und BIK-Gemeindegroßenklassen	14
Tabelle 3	Vergleich Bruttostichprobe und realisierte Stichprobe	15
Tabelle 4	Übersicht über Anschreiben	19
Tabelle 5	Bearbeitungsstatus der Einwohnermeldestichprobe	25
Tabelle 6	Realisierung nach Fragebogenvariante	27
Tabelle 7	Durchschnittliche Interviewdauer gesamt und nach Fragebogenvariante	27
Tabelle 8	Wohnumfeldfragebögen realisierte und nicht realisierte Fällen	28
Tabelle 9	Anzahl Interviews pro Interviewer	28
Tabelle 10	Interviews pro Interviewer: deskriptive Kennwerte	28
Tabelle 11	Anzahl Kontakte für realisierte Interviews (gruppiert)	29
Tabelle 12	Kontakthäufigkeit: deskriptive Kennwerte realisierte Interviews	29
Tabelle 13	Kontakthäufigkeit: deskriptive Kennwerte nicht Erreichte	29
Tabelle 14	Ergebnisse der schriftlichen Interviewerkontrolle	30
Tabelle 15	Vergleich ungewichtete und gewichtete Stichprobe	32
Tabelle 16	Kennwerte des kalibrierten Gewichts	35

# 1 Design der Studie

Die Studie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ wurde von der infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH in Bonn im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchgeführt. Die Erhebung stellt die bisher größte repräsentative Bevölkerungsumfrage zu diesem Thema in Deutschland dar. Gefördert wurde das Projekt durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).

Die Befragung erfolgte als persönlich-mündliche Face-to-Face-Befragung (CAPI). Der Studientitel für die Befragten lautete „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“. Der Studie lag eine Einwohnermelderegisterstichprobe zugrunde.

Die Studie umfasste mehrere Themenschwerpunkte. So wurde nach Freizeitverhalten und den kulturellen Vorlieben in mehreren gesellschaftlichen und kulturellen Bereichen gefragt. Vertieft behandelt wurden dabei die Bereiche Musik, Film, Literatur, darstellende Kunst und bildende Kunst. Darüber hinaus sollten die Hintergründe gegenwärtiger Aktivitäten und Vorlieben betrachtet werden.

Die Grundgesamtheit bildeten alle Personen ab 15 Jahren, die zum Zeitpunkt der Befragung einen Hauptwohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland hatten und in einem Privathaushalt lebten. Hierfür wurde eine repräsentative Stichprobe aus den Einwohnermelderegistern von zufällig ausgewählten Städten und Gemeinden in ganz Deutschland gezogen.

Die Datenerhebung startete am 18.07.2018 und wurde am 11.12.2018 mit insgesamt 2.614 realisierten Interviews beendet.<sup>1</sup>

Alle Zielpersonen erhielten vorab ein persönliches Anschreiben mit Erläuterungen zur Adressauswahl, zur datenschutzrechtlichen Grundlage und zur Freiwilligkeit der Teilnahme an der Befragung. Für Rückfragen wurde eine kostenfreie Telefonnummer bei infas benannt und auf die studienspezifische E-Mail-Adresse verwiesen. Um die Motivation der Zielpersonen zu erhöhen, wurde zusammen mit den Anschreiben ein Studienflyer versendet.

Alle Zielpersonen erhielten im Anschluss an das Interview ein Dankschreiben, dem ein Incentive in bar beigelegt war.

In Vorbereitung der Haupterhebung wurde ein Pretest vorgeschaltet. Zielsetzung des Pretests war die Testung des Erhebungsinstruments. Dabei sollten insbesondere die Feldfähigkeit des Fragebogens, dessen Akzeptanz bei den Befragten sowie die Interviewdauer des Erhebungsinstruments überprüft werden.

<sup>1</sup> Insgesamt wurden im Feldverlauf 2.614 Interviews realisiert. Im Zuge der nachträglichen Datenprüfung mussten insgesamt 22 Fälle als nicht gültig auswertbar deklariert werden. Gültig auswertbar waren 2.592 realisierte Interviews.

## 2 Erhebungsinstrumente

### 2.1 CAPI-Fragebogen und Listenheft

Das Fragenprogramm für die Studie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ war modular aufgebaut. Es wurden Fragen zu folgenden Themenbereichen gestellt:

- Freizeit und Kulturangebote
- Musik
- Film
- Literatur
- Darstellende Kunst
- Bildende Kunst
- Kulturelle Aktivitäten und Weiterbildung
- Kulturelle Sozialisation
- Politik
- Soziodemografie

In der Haupterhebung wurden – wie bereits auch schon im Pretest umgesetzt und erprobt – unterschiedliche Fragebogenvarianten eingesetzt. Dabei wurden jeweils unterschiedliche Themenbereiche fokussiert. Neben Fragebogenmodulen, die für alle Personen in allen Varianten identisch waren, gab es je nach Themenschwerpunkt – hier Musik, Film, Literatur, darstellende Kunst oder bildende Kunst – Unterschiede in den Fragen, die der Zielperson gestellt wurden. D.h. je nach Variante wurden in verschiedenen Modulen nicht allen Personen immer die gleichen Fragen gestellt, sondern die Fragen unterschieden sich, je nachdem, welcher Fragebogenvariante die Zielperson zugewiesen wurde.

Insgesamt wurden 7 verschiedene Fragebogenvarianten programmiert und eingesetzt. In 2 Varianten war am Ende des Interviews jeweils ein zusätzliches Quizmodul implementiert. Hier wurde nach dem normalen Fragebogendurchlauf zusätzlich entweder ein Kunst- oder ein Musikquiz vorgelegt (siehe Tab. 1).

Die Zuweisung zu einer der Fragebogenvarianten im Feld erfolgte jeweils zum Interviewstart programmgesteuert mit einem Zufallsgenerator. Mit Ausnahme der beiden Varianten mit Quizmodul sollte dabei eine annähernd gleichverteilte Realisierung der verschiedenen Varianten bei den durchgeführten Interviews erreicht werden. Für die beiden Varianten mit Quizmodul sollten dagegen nur jeweils 10 Prozent der Fälle realisiert werden.

Für die Fragebogenvarianten mit Quizmodul wurden 2 kurze Broschüren erstellt, in denen die Auflösung der Quizfragen dargestellt war: je eine Broschüre für den Kunstquiz und eine für den Musikquiz. Die Ergebnisbroschüren wurden den Zielpersonen dann im Anschluss an den Quiz als kleines Dankeschön für die Teilnahme übergeben.



**Tabelle 1 Übersicht über die Fragebogenvarianten**

Fragebogenvariante	Themenschwerpunkt / Besonderheit
<b>Gesamt</b>	
(1) MUS	Musik
(2) FIL	Film
(3) LIT	Literatur
(4) DAR	Darstellende Kunst
(5) BIL	Bildende Kunst
(6) mit Kunstquiz	Modul Kunstquiz
(7) mit Musikquiz	Modul Musikquiz

Quelle: infas-eigene Darstellung

Zum Abschluss der Befragung wurde in das CAPI-Programm eine Frage zur Panelbereitschaft der Befragungsperson unter Einsatz eines zusätzlichen schriftlichen Panelblatts vor Ort mit Unterschrift integriert.

Das CAPI-Frageprogramm wurde vor Ort mithilfe eines dazugehörigen Listenhefts durchgeführt.

In Vorbereitung auf die Hauptstudie wurde ein Pretest durchgeführt. Ziel des Pretests war, das Instrument auf seine Handhabbarkeit und Einsatzfähigkeit hin zu überprüfen. Dabei galt es auch, die Akzeptanz seitens der Befragten sowie die durchschnittliche Dauer zu testen. Der Feldzeitraum für den Pretest lag zwischen dem 23.04.2018 und dem 21.05.2018. Im Pretest wurden 106 Interviews realisiert. Die eingesetzten Interviewer waren beauftragt, Schwierigkeiten bei der Befragung schriftlich festzuhalten. Über die Ergebnisse liegt ein gesonderter Pretestbericht<sup>2</sup> vor. Im Anschluss an den Pretest wurde das Instrument für die Hauptstudie überarbeitet.

Als Ergebnis des Pretests wurde aufgrund der Überlänge der Pretestinterviews vereinbart, dass in der Haupterhebung statt der ursprünglich vorgesehenen 3.000 zu realisierenden Interviews die Fallzahl auf 2.600 reduziert werden sollte.

## 2.2 Fragebogen zum Wohnumfeld

Zur Bearbeitung einer Adresse gehörte ein Kurzfragebogen zum Wohnumfeld der Zielpersonen (Wohnumfeldfragebogen). Dieser Fragebogen enthielt einige Fragen zur Wohnung, zum Haus sowie zur unmittelbaren Wohnumgebung der Zielperson und wurde – wie der Hauptfragebogen – als CAPI-Programm eingesetzt.

<sup>2</sup> K. Sandbrink, J. Steinwede und A. Prussog-Wagner (2018): Bericht Pretest „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“, Bonn: infas-Institut.

## 3 Konzeption und Realisierung der Stichprobe

### 3.1 Das Stichprobendesign im Überblick

Die Personenstichprobe für die Studie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ wurde aus Registern von Einwohnermeldeämtern zufällig ausgewählter Gemeinden gezogen. Diese Stichprobe war für die deutschsprachige Wohnbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland im Alter von 15 Jahren und älter repräsentativ. Dabei wurden 3.000 Interviews angestrebt.<sup>3</sup>

In einer ersten Auswahlstufe wurden 200 Sample Points zufällig ausgewählt. Bei der Ziehung ergab sich eine Verteilung dieser Sample Points auf 183 Gemeinden.

Die zweite Auswahlstufe wurde in zwei getrennte Schritte zerlegt. Zunächst wurden von den ausgewählten Gemeinden nach einem vorgegebenen Ziehungsverfahren zufällig zu ziehende Personenstichproben aus den Einwohnermelderegistern angefordert, aus denen dann die Einsatzstichprobe für das Feld gezogen wurde. Dabei wurde jeweils eine gleiche Zahl an Personenadressen pro Sample Point eingesetzt.

Der Einsatz einer gleichen Anzahl zufällig ausgewählter Adressen pro Sample Point ergab eine hinsichtlich der in der Stichprobenziehung der Sample Points kontrollierten regionalen und regionalstrukturellen Verteilungen selbstgewichtende Stichprobe. Die Verwendung einer Einwohnermeldeamtsstichprobe gewährleistet eine im Prinzip gleiche Auswahlwahrscheinlichkeit für alle Personen der Grundgesamtheit.

### 3.2 Die Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit bildete die in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland lebende deutsche und (deutschsprachige) ausländische Wohnbevölkerung ab 15 Jahren.

### 3.3 Auswahlstufe 1: Ziehung der Gemeinden/Pointstichprobe

Für die Auswahl der Sample Points wurden die Gemeinden nach der Kombination von Kreisen und BIK-10-Gemeindegrößenklassen (Stand: Gemeindeverzeichnis 2016) geschichtet. Innerhalb dieser Schichtungszellen erfolgte die Auswahl entsprechend dem Bedeutungsgewicht der Gemeinden, das sich aus der Zahl der 15-jährigen und älteren Bevölkerung je Gemeinde ergibt.

Von den theoretisch 4.010 Schichten (401 Kreise x 10 BIK-Gemeindegrößenklassen) waren de facto 1.389 besetzt, aus denen die 200 Sample Points auszuwählen waren. Hierbei ergaben sich Erwartungswerte für die Zellenbesetzung, die in der Regel Nachkommastellen aufweisen. Die Nachkommastellen innerhalb der Zellenbesetzung wurden ebenso wie bei ADM-Haushaltsstichproben

<sup>3</sup> Als Ergebnis des Pretests wurde aufgrund der Überlänge der Pretestinterviews vereinbart, dass in der Haupterhebung statt der ursprünglich vorgesehenen Anzahl von 3.000 Interviews die Fallzahl auf 2.600 reduziert werden sollte.

über spezielle Allokationsverfahren zufällig gerundet, so dass sich ganzzahlige Besetzungszahlen für die Schichten aus der Kombination von Kreisen und BIK-Gemeindegrößenklassen ergaben. Wurde beispielsweise bei der Umrechnung der insgesamt 200 Sample Points in einer Schicht der Erwartungswert 1,6 Points errechnet, so führte die Allokation über die sogenannte kontrollierte Zufallsauswahl entweder zu einem Wert von 1 oder 2. Bei einem Erwartungswert von 0,4 wurde entweder 1 oder kein Point für die entsprechende Schicht vorgegeben. Die Allokation zielte zusätzlich auf möglichst geringe Abweichungen der Stichprobe hinsichtlich der Kombination von Bundesland und BIK-Gemeindegrößenklasse sowie Regierungsbezirk und BIK-Gemeindegrößenklasse ab.

### 3.4 Auswahlstufe 2: Ziehung der Einsatzstichprobe (Einwohnermeldedaten)

#### 3.4.1 Ziehung der Einwohnermeldedaten

Alle ausgewählten Städte und Gemeinden wurden mit der Bitte um Erteilung einer Gruppenauskunft aus dem Melderegister angeschrieben. Zusätzlich zum Anschreiben erhielten die Gemeinden eine Ziehungsanweisung, ein Statistikformblatt sowie ein Begleitschreiben des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF).

Anträge auf Gruppenauskunft aus dem Melderegister müssen mittlerweile nicht allein den Kommunen vorgelegt werden. Nach Inkrafttreten des Bundesmeldegesetzes ist es seit Beginn des Jahres 2016 bei der Einholung von Einwohnermeldestichproben zur geübten Praxis geworden, dass die Anträge an die Einwohnermeldeämter (Antrag zur „Gruppenauskunft aus dem Melderegister“) unter Bezugnahme auf § 46 Bundesmeldegesetz auch durch die Melderechtsreferate der Innenministerien der Länder geprüft werden. Parallel müssen die Anträge daher auch allen zuständigen Innenministerien der Länder zugeleitet werden. Bundeslandweise wird hierbei auch eine Auflistung aller in der Stichprobe gezogenen Gemeinden eingereicht. Die Innenministerien stimmen sich dann nach einer „inhaltlichen Prüfung“ des Forschungsantrags (in der Regel durch die Meldereferate) untereinander ab, ob gegen den Antrag inhaltliche oder datenschutzrechtliche Bedenken vorliegen und, vor allen Dingen, ob tatsächlich das für die Ziehung relevante öffentliche Interesse für das gegebene Forschungsprojekt festgestellt werden kann. Ist diese Abstimmung abgeschlossen, die auch mit zahlreichen Rückfragen beim antragstellenden infas-Institut verbunden ist, erhalten die Kommunen des jeweiligen Bundeslands in der Regel eine Rundmail über das Abstimmungsergebnis. Auch wird das infas-Institut dann zum Teil von den Ministerien selbst informiert (mündlich oder schriftlich), ferner von den Kommunen in Kenntnis gesetzt oder auch über Dritte (bspw. Rechenzentren) informiert. Die Feststellungen des öffentlichen Interesses im Rahmen des „Prüfergebnisses“ sind eine notwendige Voraussetzung für alle weiteren Schritte. Allerdings verpflichtet das ministerielle „Prüfergebnis“ die Gemeinde nicht dazu, die Einwohnermeldedaten auch zu liefern. Die Entscheidung über die Datenausgabe – und vor allem auch die Bestimmung des zeitlichen Verlaufs – verbleibt bei den Kommunen.

All diese neuen Bedingungen wurden von Anfang an vollständig berücksichtigt und das positive „Prüfergebnis“ der Länderministerien über das Bestehen des öffentlichen Interesses der Studie konnte eingeholt werden. Der Ziehungsantrag wurde von infas (auf kommunaler und Landesebene) zum frühestmöglichen Zeitpunkt eingereicht. Bis Feldbeginn lagen alle Gemeindedaten vor.

### 3.4.2 Informationsbeschaffung

Die in den Gemeinden und Städten jeweils angeforderten Personenmerkmale waren:

- Geschlecht,
- Vorname,
- Familienname,
- Straße und Hausnummer,
- Postleitzahl,
- Ort,
- Staatsangehörigkeit,
- Geburtsdatum bzw. -jahr (oder Alter).

Die Ziehungsanweisung bestimmte, aus dem jeweiligen Einwohnermeldebestand nur in Privathaushalten gemeldete Personen auszuwählen, die vor dem 01.02.2003 geboren wurden.

Zur Minimierung des Stichprobenfehlers – und im Interesse größerer innerstädtischer Varianz – wurde für Städte mit mehreren Sample Points entschieden, nach Möglichkeit keine regionalen Klumpen (bspw. Stadtteile) für die Adressziehung vorzugeben. Vielmehr sollte eine der Anzahl der Sample Points der Gemeinden entsprechende gleich große Personenzahl über das gesamte Stadtgebiet gezogen werden. Konkret wurde in der Ziehungsvorgabe für eine Gemeinde die Anzahl der zu ziehenden Adressen pro Sample Point mit der Anzahl der Sample Points in dieser Gemeinde multipliziert.

Im Statistikformblatt sollte von den Meldeämtern die Anzahl der zur Grundgesamtheit gehörenden Personen, der Stichtag und (sofern verwendet) die ermittelte Startzahl und die Schrittweite eingetragen werden.

Die Beschaffung von Einwohnermeldedaten geht mit einem hohen Kommunikationsaufwand einher. Um nach Möglichkeit keine Gemeinde ersetzen zu müssen, werden alle Einwohnermeldeämter nach Versand der Unterlagen in 2 Wellen telefonisch nachkontaktiert, wenn bis zu einem bestimmten Stichtag noch kein Rücklauf vorliegt. Dennoch gab es im Verfahren auch Gemeinden, die eine Teilnahme verweigerten und keine Daten zur Verfügung stellen wollten. Generell gilt dabei das Verfahren, dass Gemeinden, die verweigern (oder nicht liefern), unverzüglich strukturgleich ersetzt werden. Für eine ausfallende Gemeinde wird dann zeitnah eine strukturgleiche Ersatzgemeinde ausgewählt und unmittelbar angeschrieben. In Einzelfällen kann auch mehr als eine strukturgleiche Gemeinde angeschrieben werden, um sicherzustellen, dass in jedem Fall ein

Rücklauf erfolgt. Im Verfahren ist in jedem Fall sichergestellt, dass die Gesamtzahl an Gemeinden stabil bleibt (nicht verringert, nicht erhöht wird).<sup>4</sup>

### 3.4.3 Einsatz von 2 Stichprobentranchen

In jedem Sample Point wurden die gelieferten Personendatensätze zufällig angeordnet und von 1 bis n aufsteigend nummeriert. Bei Städten, die ein Adressbrutto für mehrere Sample Points liefern sollten, mussten die Sample Points zuvor durch eine gleich verteilte und zufällige Zuordnung der ihrer Anzahl entsprechenden Nummern gebildet werden.

Bei der Bestimmung der einzusetzenden Stichprobentranchen wurde a priori angenommen, dass der Anteil neutraler Ausfälle im Durchschnitt über alle Points etwa 7,5 Prozent betragen würde. Die 1. Einsatztranche wurde mit 54 Adressen pro Sample Point gebildet. Tranche 1 der Bruttostichprobe umfasste damit 10.800 Adressen. Im Feldverlauf wurde entschieden, weitere 9 Adressen je Sample Point freizugeben. Die Bruttostichprobe aus den Einwohnermeldeämtern umfasst letztlich 12.600 Adressen.

### 3.4.4 Prüfverteilungen für die Bruttostichprobe

Die Verteilungen der gesamten Bruttostichprobe aus den Einwohnermeldeämtern über Bundesländer und BIK-Gemeindegroßenklassen im Vergleich zur jeweiligen Grundgesamtheit sind in der folgenden Übersicht dargestellt. In Bezug auf die genannten Merkmale weist die Bruttostichprobe eine sehr gute Anpassung auf.

<sup>4</sup> Insgesamt hatten 21 Gemeinden ihre Kooperation verweigert. Alle 21 Gemeinden konnten erfolgreich ausgetauscht werden.

**Tabelle 2** Verteilungen von Grundgesamtheit und Einwohnermeldestichprobe über Bundesländer und BIK-Gemeindegrößenklassen

Bundesland	Grundgesamtheit in %	Bruttostichprobe in %	Differenz Prozentpunkt
Schleswig-Holstein	3,5	3,5	0,0
Hamburg	2,2	2,0	-0,2
Niedersachsen	9,6	9,5	-0,1
Bremen	0,8	1,0	0,2
Nordrhein-Westfalen	21,7	22,0	0,3
Hessen	7,5	7,5	0,0
Rheinland-Pfalz	5,0	5,0	0,0
Baden-Württemberg	13,2	13,0	-0,2
Bayern	15,6	15,5	-0,1
Saarland	1,2	1,5	0,3
Berlin	4,3	4,0	-0,3
Brandenburg	3,1	3,0	-0,1
Mecklenburg-Vorpommern	2,0	2,0	0,0
Sachsen	5,0	5,0	0,0
Sachsen-Anhalt	2,8	3,0	0,2
Thüringen	2,7	2,5	-0,2
Gemeindegrößenklasse	Grundgesamtheit in %	Bruttostichprobe in %	Differenz Prozentpunkt
1: unter 2.000	1,8	2,0	0,2
2: 2.000 bis unter 5.000	2,6	2,5	-0,1
3: 5.000 bis unter 20.000	8,6	8,5	-0,1
4: 20.000 bis unter 50.000	11,0	11,0	0,0
5: 50.000 bis unter 100.000, Rest	7,9	8,0	0,1
6: 50.000 bis unter 100.000, Kern	2,2	2,0	-0,2
7: 100.000 bis unter 500.000, Rest	14,8	15,0	0,2
8: 100.000 bis unter 500.000, Kern	15,0	15,0	0,0
9: 500.000 und größer, Rest	9,6	9,5	-0,1
10: 500.000 und größer, Kern	26,6	26,5	-0,1

Quelle: 5849-Stichprobendatei

Betrachtet man die Verteilungen des regionalen Merkmals Bundesland im Vergleich zwischen Bruttostichprobe und realisierter Nettostichprobe (vgl. Tabelle 3), so zeigen sich ebenfalls nur geringe Abweichungen. Bayern und Niedersachsen sind in der realisierten Stichprobe etwas stärker vertreten als in der Bruttostichprobe, Nordrhein-Westfalen, Hamburg und Berlin etwas geringer. Deutlicher ist die Abweichung bei den Kernregionen mit mehr als 500.000 Einwohnern. Diese Gruppe ist in der Nettostichprobe deutlich weniger vertreten als in der Bruttostichprobe. Der Vergleich auf Ebene individueller Merkmale zeigt eine geringe Abweichung beim Geschlecht, Männer sind etwas seltener in der Nettostichprobe vertreten als in der Bruttostichprobe. Mit Blick auf die Altersgruppen zeigt sich im Vergleich zu den anderen Altersgruppen ein höherer Anteil bei den 50- bis 64-Jährigen sowie bei den 15- bis 29-Jährigen. Eine deutliche Abweichung gibt es bezogen auf die Nationalität: Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit sind in der Nettostichprobe deutlich häufiger vertreten als in der Bruttostichprobe, für nicht-deutsche Personen gilt das Umgekehrte.

**Tabelle 3 Vergleich Bruttostichprobe und realisierte Stichprobe**

Wohnbevölkerung ab 15 Jahren	Bruttostichprobe		Nettostichprobe		Differenz
	abs.	%	abs.	%	Prozentpunkte
<b>Gesamt</b>	<b>12.600</b>	<b>100,0</b>	<b>2.614</b>	<b>100,0*</b>	<b>0,0</b>
<b>Bundesland</b>					
Schleswig-Holstein	441	3,5	102	3,9	0,4
Hamburg	252	2,0	20	0,8	-1,2
Niedersachsen	1.197	9,5	309	11,8	2,3
Bremen	126	1,0	15	0,6	-0,4
Nordrhein-Westfalen	2.772	22,0	507	19,4	-2,6
Hessen	945	7,5	178	6,8	-0,7
Rheinland-Pfalz	630	5,0	154	5,9	0,9
Baden-Württemberg	1.638	13,0	327	12,5	-0,5
Bayern	1.953	15,5	508	19,4	3,9
Saarland	189	1,5	31	1,2	-0,3
Berlin	504	4,0	72	2,8	-1,2
Brandenburg	378	3,0	88	3,4	0,4
Mecklenburg-Vorpommern	252	2,0	49	1,9	-0,1
Sachsen	630	5,0	119	4,6	-0,4
Sachsen-Anhalt	378	3,0	76	2,9	-0,1
Thüringen	315	2,5	59	2,3	-0,2
<b>Gemeindegrößenklasse</b>					
1: unter 2.000	252	2,0	63	2,4	0,4
2: 2.000 bis unter 5.000	315	2,5	67	2,6	0,1
3: 5.000 bis unter 20.000	1.071	8,5	273	10,4	1,9
4: 20.00 bis unter 50.000	1.386	11,0	344	13,2	2,2
5: 50.000 bis unter 100.000, Rest	1.008	8,0	238	9,1	1,1
6: 50.000 bis unter 100.000, Kern	252	2,0	51	2,0	0,0
7: 100.000 bis unter 500.000, Rest	1.890	15,0	390	14,9	-0,1
8: 100.000 bis unt. 500.000, Kern	1.890	15,0	347	13,3	-1,7
9: 500.000 und größer, Rest	1.197	9,5	314	12,0	2,5
10: 500.000 und größer, Kern	3.339	26,5	527	20,2	-6,3
<b>Geschlecht</b>					
Männlich	6.148	48,8	1.247	47,7	-1,1
Weiblich	6.418	50,9	1.349	51,6	0,7
Fehlende Angabe**	34	0,3	18	0,7	0,4
<b>Altersgruppen</b>					
15 bis 29 Jahre	2.501	19,8	552	21,1	1,3
30 bis 39 Jahre	1.873	14,9	349	13,4	-1,5
40 bis 49 Jahre	1.935	15,4	398	15,2	-0,1
50 bis 64 Jahre	3.316	26,3	743	28,4	2,1
65 Jahre und älter	2.912	23,1	562	21,5	-1,6
Fehlende Angabe**	63	0,5	10	0,4	-0,1
<b>Nationalität</b>					
Deutsch	10.704	84,9	2.338	89,4	4,5
Nicht deutsch	1.562	12,4	192	7,3	-5,1
Fehlende Angabe**	334	2,7	84	3,2	0,5

Quelle: 5849-Stichprobendatei und Befragungsdaten

\*Abweichungen zu „Gesamt“ sind Rundungsdifferenzen bei einer Nachkommastelle.

\*\*Teilweise liefern die Gemeinden hier keine Angaben

## 4 Feldorganisation und Datenlieferungen

### 4.1 Interviewerschulung

Alle eingesetzten Interviewer wurden für die Studie persönlich-mündlich geschult. Die Schulungen fanden in 5 ganztägigen Veranstaltungen vor Feldbeginn im Zeitraum vom 10.07.2018 bis 19.07.2018 in Schulungsräumlichkeiten bei infas vor Ort in Bonn statt. Insgesamt wurden 256 Interviewer geschult. Die Konzeption und Durchführung der Schulungen erfolgte gemeinsam durch die infas-Projektleitung, den Auftraggeber sowie die infas-Einsatzleitung.

Das Schulungsprogramm umfasste alle wesentlichen Elemente der Erhebung. Im ersten Schulungsteil erfolgte eine generelle Einführung in die Studie mit Informationen zu Erhebungsdesign und Stichprobe sowie eine Übersicht über die inhaltlichen Themengebiete des Fragenprogramms. Im zweiten Schulungsteil lag der Schwerpunkt auf Besonderheiten des Erhebungsinstruments. Dazu wurden einzelne Module zunächst vorgestellt und in der praktischen Durchführung demonstriert. Danach führten die Interviewer paarweise praktische Übungen im Rollenspiel anhand eines vorgegebenen Fallbeispiels durch. Hierfür wurden den Interviewern Schulungslaptops mit der Testversion des Fragenprogramms zur Verfügung gestellt. Der Schulungsablauf ist in Abbildung 1 dargestellt.

Ergänzend zur mündlichen Schulung erhielt jeder eingesetzte Interviewer ein studienspezifisches Interviewerhandbuch, das gemeinsam von der infas-Projektleitung und dem Auftraggeber erstellt worden war. Das Interviewerhandbuch hat die Aufgabe, die Interviewer mit allen erforderlichen Informationen zu Projekt und Durchführung auszustatten.

Während der gesamten Feldphase wurden alle Interviewer intensiv durch die Feldmitarbeiter des Hauses betreut. Im Institut gab es zu jeder Zeit einen festen Ansprechpartner für inhaltliche Hinweise oder mögliche Probleme.



**Abbildung 1 Schulungsablauf**

Schulungsablauf „Kultur und Freizeit in Deutschland 2018“			
<b>Schulungsleitung infas:</b> Angela Prussog-Wagner   Katharina Sandbrink		10.07.   12.07.   17.07.   18.07.   19.07.2018	
Beginn	Ende	Inhalt	Dauer
<b>11:00</b>		<b>Begrüßung, Basisinformationen</b>	
11:00	11:10	Begrüßung, Vorstellung, Schulungsablauf	0:10
11:10	11:30	> Hintergrund der Studie > Wer wird befragt? > Anscheiben und Incentives > Benötigte Unterlagen & Material	0:20
11:30	11:30	<b>Übersicht über den Fragebogen</b>	
11:30	12:30	> Freizeitverhalten, Vignettenmodul, Kunstquiz & Musikquiz > Die Themen: Musik, Film, Literatur, Theater, Kunst > 7 Versionen des Fragebogens	1:00
<b>12:30</b>	<b>13:00</b>	<b>Mittagsimbiss</b>	<b>0:30</b>
13:00	13:00	<b>Das Interview - Praktische Übung, Teil I</b>	
13:00	13:30	Vignettenmodul > Demonstration	0:30
13:30	13:30	<b>Das Interview - Praktische Übung, Teil II</b>	
13:30	14:30	Kunstquiz > Demonstration > Praktische Übung (Paarweise im Rollenspiel)	1:00
<b>14:30</b>	<b>14:45</b>	<b>Kaffeepause</b>	<b>0:15</b>
14:45	14:45	<b>Das Interview - Praktische Übung, Teil III</b>	
14:45	15:45	Musikquiz > Demonstration > Praktische Übung (Paarweise im Rollenspiel)	1:00
15:45	16:00	Rückfragen und Feedback	0:15
<b>16:00</b>	<b>16:30</b>	<b>Informationen des IQS-Teams und der Einsatzleitung</b>	<b>00:30</b>

Quelle: infas-eigene Darstellung

## 4.2 Das Interviewmaterial

Für die erfolgreiche Interviewdurchführung benötigten die Interviewer im Feldeinsatz vor Ort ein Set an verschiedenen Materialien:

- Laptop (inkl. Netzteil) mit Fragenprogramm (Hauptfragebogen, Fragebogen zum Wohnumfeld) sowie elektronischem Kontaktprotokoll,
- Adressblatt,
- Karte mit Rücklaufcodes,
- Exemplare des Studienflyers,
- Exemplare des Zielpersonenanschreibens und der Datenschutzerklärung,
- Listenheft,
- Umschlag „Material für Kunstquiz“ mit Kartenspiel (12 Bildkarten) + Liste 59 (mit 5 Karten),
- Ergebnisbroschüre Kunstquiz/Ergebnisbroschüre Musikquiz,
- Exemplare des Panelblatts mit schriftlicher Einverständniserklärung zur Aufbewahrung der Adressdaten und einen portofreien Rückumschlag.

## 4.3 Anschreiben und Incentive

Alle Zielpersonen der Einsatzstichprobe wurden vor Feldbeginn angeschrieben. Dabei kam ein gemeinsamer Brief von infas und der Universität Mainz zum Einsatz. Neben den Logos der Universität Mainz und von infas war auf dem Zielpersonenanschreiben auch das Logo des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) platziert, von dem die Studie gefördert wurde.

Im Erstanschreiben wurde das Anliegen der Studie sowie auch das Auswahlverfahren erläutert und es wurde um Teilnahme geworben. Zusammen mit dem Anschreiben wurde ein Studienflyer verschickt. Dieser Studienflyer lieferte noch einmal in einfachen Worten Informationen zum Hintergrund der Studie, zum Ablauf und zu den Themen der Befragung.<sup>5</sup> Im Erstanschreiben wurde auch auf ein Incentive von 10 Euro in bar hingewiesen, welches die Befragten im Anschluss an ihre Teilnahme am Interview auf postalischem Wege zugesandt bekommen sollten. Zusätzlich erhielten alle Zielpersonen zusammen mit dem Anschreiben eine Datenschutzerklärung. Im Anschreiben erfolgte auch ein Hinweis auf eine kostenlose Telefonnummer sowie eine studienspezifische E-Mail-Adresse, unter der infas-Mitarbeiter für Rückfragen zur Verfügung standen. Die Zielpersonen wurden im Anschreiben darüber informiert, dass sie in den folgenden Tagen oder Wochen von einem infas-Interviewer kontaktiert werden würden.

<sup>5</sup> Um die Motivation zur Teilnahme zu erhöhen, wurde der Flyer in dieser Studie bereits zusammen mit dem Erstanschreiben an alle Zielpersonen versandt.

Im weiteren Feldverlauf wurde in einem Erinnerungsanschreiben ein aufgestocktes Incentive in Höhe von 20 Euro für Zielpersonen angeboten, die bislang nicht erreicht werden konnten bzw. bisher verweigert hatten.<sup>6</sup> Dem Erinnerungsschreiben wurde erneut das Datenschutzblatt beigelegt. Insgesamt wurden im Rahmen der Erinnerungsaktion 5.400 Anschreiben versandt.

Da mit den vorhandenen Adressen die geforderte Nettofallzahl nicht zu erreichen war, erfolgte der Einsatz einer 2. Adresstranche.<sup>7</sup> Für die 2. Tranche wurde ebenfalls – so wie für die Fälle der Erinnerungsaktion – ein erhöhtes Incentive von 20 Euro angekündigt. Dem Anschreiben wurde ein Datenschutzblatt beigelegt.

Nach einem realisierten Interview wurde den Zielpersonen ein Dankschreiben mit dem Bargeld-Incentive in Höhe von 10 Euro bzw. 20 Euro zugeschickt. Dem Dankschreiben war ein schriftlicher Kurzfragebogen zur Interviewerkontrolle inkl. Rückumschlag beigelegt. Es wurden jeweils 2 Versionen von Dankschreiben eingesetzt: eine Version für panelbereite Zielpersonen und eine Version für nicht panelbereite Zielpersonen.

**Tabelle 4 Übersicht über Anschreiben**

Anschreiben	Weitere Varianten
Erstanschreiben	Ankündigung Incentive 10 Euro
Erinnerungsschreiben	Ankündigung Incentive 20 Euro
Anschreiben 2. Adresstranche	Ankündigung Incentive 20 Euro
Dankschreiben für panelbereite Zielpersonen	Mit Incentive 10 Euro in bar
	Mit Incentive 20 Euro in bar
Dankschreiben für nicht panelbereite Zielpersonen	Mit Incentive 10 Euro in bar
	Mit Incentive 20 Euro in bar

Quelle: infas-eigene Darstellung

#### 4.4 Dokumentation aller Kontakte im Feld

Ein stets aktueller Bearbeitungsstatus für jede im Feld zu bearbeitende Adresse war Grundvoraussetzung für eine gezielte und effektive Steuerung im Feldprozess.

Der elektronische Transfer der für die Erhebung notwendigen Daten (Erhebungsprogramm und notwendige Stichprobeninformationen) an die Interviewer erfolgte über einen passwortgeschützten Webserver. Der Zugang war für jeden Interviewer durch einen persönlichen Authentifizierungscode geschützt.

<sup>6</sup> Ergebnis der ersten Feldbesprechung mit der Universität Mainz (13.09.2018).

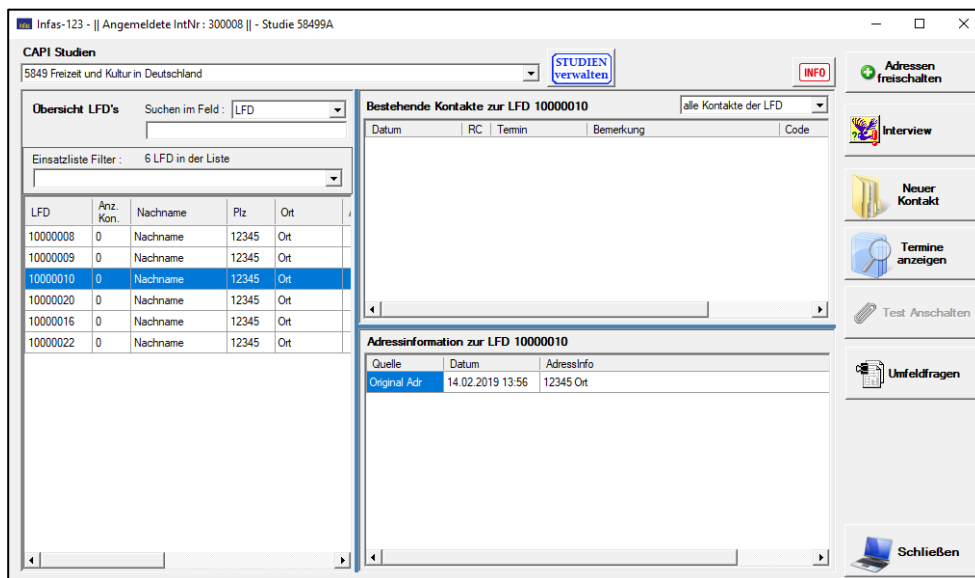
<sup>7</sup> Ergebnis der zweiten Feldbesprechung mit der Universität Mainz (17.10.2018).

Zugangsbedingungen nach Identifikation und Authentifizierung des Benutzers anhand einer eindeutigen Benutzererkennung und eines persönlichen Passworts galten für alle Interviewer für die vor Ort im Einsatz befindlichen Laptops. Der Zugang zum Befragungssystem auf dem Laptop war nur mit einer persönlichen PIN-Nummer möglich.

#### 4.4.1 Kontaktdaten zu jeder eingesetzten Adresse

Auf jedem Laptop war auch ein Kontaktprotokollprogramm (elektronisches Kontaktprotokoll) installiert. Damit wurden für jede einzelne Adresse schon im Feldprozess auf Implausibilitäten geprüfte Kontaktdaten erhoben. Während des Feldeinsatzes führten alle Interviewer dieses Kontaktprotokoll für alle ihnen zur Bearbeitung überlassenen Adressen und für jede einzelne Kontaktierung dieser Adressen.

Abbildung 2 Elektronisches Kontaktprotokoll



Quelle: infas-eigene Darstellung

Für jede Kontaktperson wurden getrennt jeder Kontakt und der jeweilige Bearbeitungsstatus festgehalten. Somit entstand im Feldverlauf eine Historie der Kontakte mit vollständigen Informationen und Bearbeitungs-codes inklusive Termine und Kontaktnotizen für jeden Kontakt bzw. Kontaktversuch.

#### 4.4.2 Lieferung der Bearbeitungsstände

Im 14-tägigen Rhythmus wurde der Universität Mainz der aktuelle Bearbeitungsstand aus dem Feld übermittelt. Neben einer Gesamtübersicht wurden Auswertungen nach den Merkmalen Altersgruppe und Geschlecht aufgeschlüsselt sowie auch für jeden einzelnen Point übermittelt. Auf Basis dieser Feldreportings wurden Feldbesprechungen mit der Universität Mainz durchgeführt.

#### 4.4.3 Stichproben- und Interviewerkontrolle

Das Geschlecht und das Geburtsdatum der Zielpersonen wurden im Interview erfasst. In den zugehörigen Stichprobeninformationen lag die Information über das Geschlecht für fast 100 Prozent der Fälle vor – nur in 0,3 Prozent der Fälle war diese Information nicht vorhanden. Ebenso war das Alter bzw. das Geburtsdatum der Zielperson in 99,5 Prozent der Fälle in den zugehörigen Stichprobeninformationen enthalten. Nach Einlesen der Datensätze konnten die Interviewangaben für diese Merkmale mit der entsprechenden Stichprobeninformation abgeglichen werden. So war kontrollierbar, ob es sich bei der vom Interviewer befragten Person auch tatsächlich um die nach der Stichprobenauswahl korrekte Zielperson handelte. Informationen zu Abweichungen zwischen erfragten Interviewdaten und Stichprobenangaben wurden im Datensatz der realisierten Fälle abgelegt.

Zusätzlich zur laufenden Kontrolle der Befragungs- und Kontaktdaten wurde eine schriftliche Kontrolle für die realisierten Fälle durchgeführt. Nach einem realisierten Interview wurde den Zielpersonen ein Dankschreiben mit dem Bargeld-Incentive zugesandt. Diesem Dankschreiben lag ein schriftlicher Kurzfragebogen zur Interviewerkontrolle bei. Die Zielpersonen sollten angeben,

- ob (und zu welcher Zeit: Wochentag/-ende, vormittags/nachmittags/abends) das Interviewgespräch stattgefunden hatte,
- mit wem das Interviewgespräch stattgefunden hatte,
- ob das Interview persönlich oder telefonisch geführt worden war,
- ob das Interview mit einem Laptop durchgeführt worden war.

#### 4.4.4 Geprüfte Lieferung der Befragungsdaten

Die Daten realisierter Interviews wurden dem Auftraggeber in 6 Datenlieferungen übermittelt. Der 1. Zwischensatz mit n=657 realisierten Fällen wurde nach 4 Wochen Feldzeit übergeben. Danach erfolgten monatliche Zwischendatenlieferungen. Der Enddatensatz mit allen realisierten Fällen wurde am 11.01.2019 übergeben: Übermittelt wurden die Befragungsdaten von 2.614 realisierten Fällen.

Ein zentrales Prüfkriterium vor Auslieferung der Interviews lag darin, zu ermitteln, ob die Interviews laut Stichprobe (Geschlecht und Alter) mit der richtigen Zielperson durchgeführt worden waren und ob kein auffälliges Ergebnis aus der Interviewerkontrolle vorlag.

Insgesamt wurden 2.614 CAPI-Interviews ausgeliefert. Davon waren 15 Fälle nach eigener Prüfung als nicht auswertbar verlistet worden, weil diese nicht ordnungsgemäß (offensichtlich mit falschen Zielpersonen) durchgeführt worden waren. Kennzeichen dieser Interviews waren nicht tolerierte Abweichungen im Alter bzw. Geschlecht von den Stichprobenmerkmalen.<sup>8</sup> In Abstimmung mit

<sup>8</sup> In 1 Fall ergab der zusätzliche Abgleich des Geburtsjahres mit der Angabe aus dem Interviewerkontrollbogen, dass das Interview offensichtlich mit der falschen Zielpersonen geführt worden war.

dem Auftraggeber wurden weitere 7 Fälle basierend auf auffälligen Interviewerkontrollen als ungültig realisiert deklariert.<sup>9</sup> Somit umfasste der Enddatensatz 2.592 auswertbare (gültig realisierte) Interviews. Die nicht gültig realisierten Fälle wurden im Datensatz mit einer Flag-Variable gekennzeichnet. Zum Abschluss der Studie wurden neben dem Befragungsdatensatz zudem folgende Datensätze übergeben:

- der Wohnumfeldfragebogen mit 12.251 realisierten Fällen,
- ein Methodendatensatz auf Basis der 12.600 eingesetzten Fälle (dieser enthält den finalen Bearbeitungsstatus, das Kontaktdatum, die Panelbereitschaft und die Interviewermerkmale),
- der Interviewerkontrollbogen mit 1.160 Rückmeldungen zu den Interviewgesprächen sowie
- die Kontaktverlaufsdaten für die 12.600 Fälle mit einem Codebook für die im Kontaktverlauf enthaltenen Variablen.

#### **4.4.5 Adressübermittlung an die Universität Mainz**

Im Rahmen der Erhebung wurde allen Befragten eine Panelfrage gestellt. Die Panelbereitschaft lag am Ende der Erhebung für rund 82 Prozent der Befragten (n=2.118) mündlich vor. Voraussetzung für die Übermittlung der Adressdaten an die Universität Mainz ist indes das Vorliegen einer schriftlichen Einverständniserklärung. Zum Zweck einer weiteren Befragung im Rahmen der Studie können auf dieser Basis einer schriftlichen Einverständniserklärung die Adressen von 1.968 panelbereiten Zielpersonen (75,6 Prozent) aufbewahrt und an die Universität Mainz übergeben werden. Grundlage dafür war ein mit der Universität Mainz abgestimmter datenschutzrechtlicher Übermittlungsvertrag.

#### **4.4.6 Feldzeitraum und Feldverlauf**

Die Durchführung der Studie erfolgte als Face-to-Face-Erhebung. Die Erhebung wurde im Zeitraum vom 18.07.2018 (erstes Interview) bis 11.12.2018 (letztes Interview) durchgeführt.

Der Feldzeitraum musste – abweichend vom ursprünglich geplanten Feldende Anfang November 2018 (KW 45) – bis Ende November 2018 (KW 48) verlängert werden.<sup>10</sup> Die Feldzeitverlängerung beruhte im Wesentlichen darauf, dass die Bearbeitung der 2. Adresstranche erst ab Ende Oktober 2018 (KW 44) stattfinden konnte.

Die Feldbearbeitung – Entwicklungen und Probleme – wurde zwischen infas und der Universität Mainz auf Basis der 14-tägig gelieferten Feldberichte detailliert besprochen. Nach 8 Wochen Feldzeit wurde bei einer ersten gemeinsamen Feldbesprechung am 13.09.2018 die Durchführung einer Erinnerungsaktion mit er-

<sup>99</sup> In Fällen, wo laut Interviewerkontrolle das Interview entweder telefonisch oder ohne Laptop geführt worden war, wurde u.a. die Interviewdauer geprüft. Im Ergebnis waren es 7 Fälle, die aufgrund einer zu kurzen Dauer bzw. Häufung auf Interviewerebene als ungültig realisiert zu deklarieren waren.

<sup>10</sup> Für die Nachbearbeitung von Restfällen waren die KW 49 und KW 50 vorgesehen.

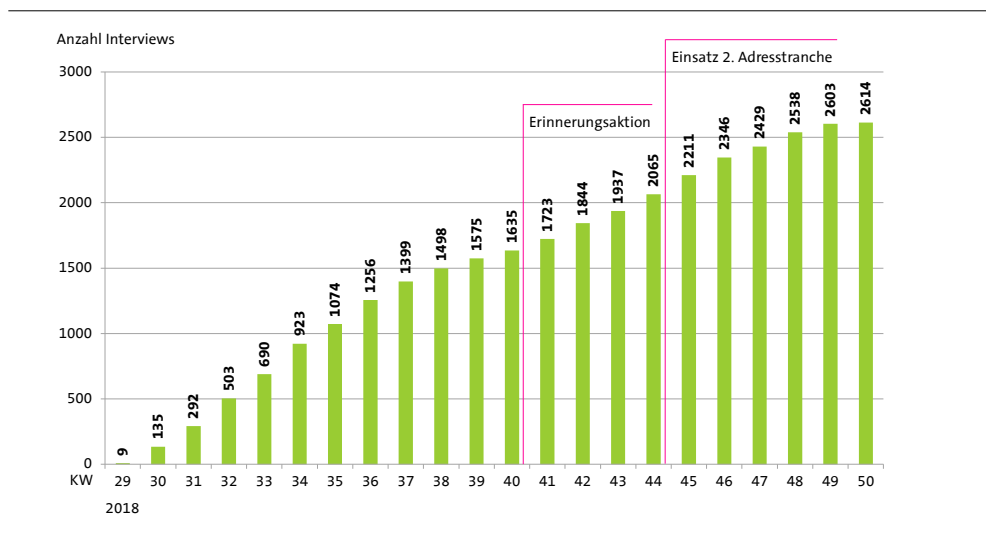
höchstem Incentive beschlossen. Um die Feldbearbeitung weiter voranzutreiben, sollten dabei alle Personen, die bislang nicht erreicht werden konnten bzw. bisher z.B. aus Zeitgründen verweigert hatten, erneut angeschrieben werden. Im Erinnerungsschreiben wurde das Incentive von den ursprünglich angekündigten 10 Euro auf 20 Euro erhöht. 5.400 Anschreiben wurden im Rahmen dieser Erinnerungsaktion in KW 39 insgesamt verschickt.

Da im weiteren Feldverlauf jedoch absehbar war, dass die geforderte Nettofallzahl mit den vorhandenen Adressen nicht zu erreichen war, erfolgte eine weitere Feldbesprechung am 17.10.2018. Gemeinsam wurden auf Basis einer detaillierten Analyse aller Points und Interviewer die Realisierungspotenziale unterschiedlicher Adressumfänge prognostiziert und diskutiert. Es wurde beschlossen, eine weitere flächendeckende Adresstranche im Feld einzusetzen. Dabei wurden 9 zusätzliche Adressen pro Sample Point (insgesamt n=1.800 Adressen) ins Feld gegeben. Für diese 2. Tranche – wie für die Fälle der Erinnerungsaktion – wurde ebenfalls ein erhöhtes Incentive von 20 Euro angekündigt. Die gesamte Bruttostichprobe betrug danach insgesamt 12.600 Adressen.

Das Feld konnte Mitte Dezember 2018 mit 2.614 realisierten Interviews beendet werden.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Realisierung der Interviews im Feldverlauf. Es ist dargestellt, wie sich die Anzahl der realisierten Interviews über den Feldverlauf entwickelt hat.

**Abbildung 3** Feldverlauf: kumulierte Interviews nach Feldwochen



## 5 Feldergebnisse

### 5.1 Feldendstand (Final Outcome)

Im Folgenden wird der Endstand der Feldbearbeitung für die Bruttostichprobe aus den Einwohnermelderegistern ausgewiesen.

Im Rahmen der Studie „Kulturelle Bildung und Kulturpartizipation in Deutschland“ wurden 2 Stichprobenstranchen mit zusammen 12.6000 Adressen im Face-to-Face-Feld eingesetzt. Aus diesem Stichprobenansatz gingen aus dem Feld 2.614 Interviews hervor. Von diesen Interviews wurden nach der Datenprüfung und nach dem Ergebnis der Interviewerkontrolle 2.592 Fälle als gültig realisierte Interviews ausgeliefert.

Die Kontaktierung und Bearbeitung jeder eingesetzten Adresse wird durch die Interviewer durch das elektronische Kontaktprotokoll dokumentiert. Das Ergebnis eines jeden Kontaktversuchs wurde dort unter Nutzung der Response-Codes verlistet. Die differenzierten Response-Codes orientieren sich an den „Standard Definitions“ der American Association for Public Opinion Research (AAPOR 2011). Für die Berechnung verschiedener Kennwerte zur Feldbearbeitung nach AAPOR-Standard wurden die Bearbeitungsstände zu Gruppen zusammengefasst.

Die nachfolgende Tabelle 5 dokumentiert den Endstand der Feldbearbeitung (Final Outcome) für die gesamte Einwohnermeldestichprobe.



**Tabelle 5 Bearbeitungsstatus der Einwohnermeldestichprobe**

Response-Code	Final Outcome (AAPOR-Gruppierung)	Bruttostichprobe		Bereinigte Einsatzstichprobe	
		abs.	%	%	abs.
<b>Nicht Zielgruppe (NE)</b>		<b>263</b>	<b>2,1</b>		263
13	Kein Privathaushalt unter dieser Adresse	35	0,3		
14	Unbewohnt, Gebäude verfallen, abgerissen	46	0,4		
15	ZP verstorben	114	0,9		
17	Bereits befragt (NE)	8	0,1		
33	ZP ins Ausland verzogen	60	0,5		
<b>Unbekannte Gültigkeit (UE)</b>		<b>1.022</b>	<b>8,1</b>		1.022
35	ZP/HH wohnt da nicht mehr/ neue Anschrift unbekannt	1.022	8,1		
<b>Systematische Ausfälle (NR)</b>		<b>8.701</b>	<b>69,1</b>	<b>76,9</b>	8.701
0	Nicht bearbeitet	136	1,1	1,2	136
1	Nicht erreicht (NR-NC)	583	4,6	5,2	583
43	ZP (lt. Auskunft) nicht befragbar/ dauerhaft krank/behindert (NR-NA)	244	1,9	2,2	244
42	ZP in Feldzeit nicht zu erreichen (NR-O)	1.148	9,1	10,1	1.348
80	Keine Verständigung in einer der Zielsprachen möglich (NR-O)	200	1,6	1,8	
8	ZP verweigert grundsätzlich/ Adresse löschen (NR-R)	2.644	21,0	23,4	6.390
9	ZP verweigert: keine Zeit/ dauert zu lange/wird zu viel (NR-R)	1.351	10,7	11,9	
11	ZP verweigert: krank (NR-R)	326	2,6	2,9	
39	ZP verweigert neue Anschrift (NR-R)	3	0,0	0,0	
40	KP verweigert neue Anschrift (NR-R)	26	0,2	0,2	
48	Abbruch im Fragebogen (NR-R)	8	0,1	0,1	
52	Kein ZP-Zugang/Teilnahme untersagt/ lt. Auskunft nicht bereit (NR-R)	274	2,2	2,4	
53	KP verweigert jegliche Auskunft (NR-R)	121	1,0	1,1	
54	ZP verweigert: kein Interesse/Thema (NR-R)	1.099	8,7	9,7	
59	ZP verweigert: Datenschutzgründe/ zu persönlich (NR-R)	137	1,1	1,2	
62	ZP verweigert: sonstige Gründe (NR-R)	401	3,2	3,5	
<b>Interview</b>		<b>2.614</b>	<b>20,7</b>	<b>23,1</b>	
18	Interview	2.614	20,7	23,1	2.614
<i>Davon</i>	Gültig realisiert	2.592	20,6	22,9	
	Nicht auswertbar	22	0,2	0,2	
	<b>Gesamt</b>	<b>12.600</b>	<b>100,0*</b>	<b>100,0</b>	<b>11.315</b>

AAPOR-Gruppen: NE: not eligible; UE: unknown eligibility; NR: eligible, nonresponse; ZP: Zielperson; KP: Kontaktperson  
 \*Abweichungen zu „Gesamt“ sind Rundungsdifferenzen bei einer Nachkommastelle.

Demnach konnten 1.285 Personen der Stichprobe (10,2 Prozent) aufgrund von Adressproblemen nicht befragt werden. Bei diesen Ausfällen stimmte die Adresse nicht, Zielpersonen waren verzogen oder aber verstorben.<sup>11</sup>

Die bereinigte Einsatzstichprobe bilden somit 11.315 Personen, die entweder ein Interview gaben oder als systematische Ausfälle nicht befragt werden konnten.

Unter den systematischen Ausfällen werden dabei 136 Adressen (1,2 Prozent) als nicht bearbeitet<sup>12</sup> sowie 583 Personen (5,2 Prozent) als „nicht erreicht“ verbucht. Zusätzliche 1.148 Personen (10,1 Prozent) waren laut Auskunft einer Kontaktperson im Haushalt in der Feldzeit nicht zu erreichen. Insgesamt 6.390 Personen verweigerten entweder selbst oder durch Dritte eine Teilnahme an der Befragung. Bezogen auf die bereinigte Einsatzstichprobe entspricht dies einem Anteil von 56,5 Prozent. Die dabei von den Zielpersonen am häufigsten genannten Gründe waren „keine Zeit/dauert zu lange/wird zu viel“ (11,9 Prozent) sowie „kein Interesse/Thema“ (9,7 Prozent). Grundsätzliche Verweigerungen mussten in diesem Rahmen in einem Umfang von 2.644 Personen (23,4 Prozent) festgehalten werden.

Aus der Einwohnermeldestichprobe gaben 2.614 Personen ein Interview, davon wurden 22 Fälle nach Prüfung als nicht auswertbar klassifiziert. Für 2.952 Personen (22,9 Prozent) aus der Einwohnermeldestichprobe wurde ein gültig auswertbares Interview erreicht.

## 5.2 Realisierung nach Fragebogenvariante

Welche Fragebogenvarianten der Befragungsperson vorgelegt wurde, wurde jeweils beim Start des Interviews programmgesteuert über einen Zufallsgenerator festgelegt. Durch dieses Verfahren sollte eine annähernd gleichverteilte Realisierung der Varianten erreicht werden, wobei jedoch zu berücksichtigen war, dass die beiden Varianten mit Quizmodul zu einem geringeren Anteil (von nur jeweils 10 Prozent) zu realisieren waren.

Die nachfolgende Tabelle 6 zeigt, wie sich die Realisierung nach Art der Fragebogenvariante verteilt. Im Ergebnis ist festzustellen, dass die Abweichungen bezüglich der Vorgaben minimal sind, die höchste Abweichung liegt bei 1,3 Prozentpunkten.

<sup>11</sup> Dieser vergleichsweise hohe Anteil an ungültigen Adressen ist dem Umstand geschuldet, dass sich seit Inkrafttreten des neuen Bundesmeldegesetzes im Jahr 2015 das Prozedere der Ziehung von Einwohnermeldestichproben verändert und auch verkompliziert hat (siehe Kapitel 3.4.1). Deshalb mussten die Einwohnermeldedaten mit einem großen zeitlichen Vorlauf bereits ab Sommer 2017 bei den Gemeinden angefragt bzw. gezogen werden. Zusätzlich hatte sich der ursprünglich für März 2018 vorgesehene Termin für den Feldstart um 4 Monate verzögert.

<sup>12</sup> Nachdem Mitte Dezember 2018 die vorgegebene Sollzahl von 2.600 Fällen erreicht war, wurde die Feldarbeit beendet. Somit blieben Adressen, die bis zu diesem Zeitpunkt nicht bearbeitet werden konnten, unbearbeitet.

**Tabelle 6 Realisierung nach Fragebogenvariante**

Fragebogenvariante	Sollvorgabe in Prozent	Verteilung der realisierten Interviews		Differenz in %-Punkten
		abs.	%	
<i>Spalten%</i>	%	<i>abs.</i>	%	<i>Prozentpunkte</i>
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>2.592</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
(1) MUS	16,0	383	14,8	-1,2
(2) FIL	16,0	449	17,3	1,3
(3) LIT	16,0	425	16,4	0,4
(4) DAR	16,0	436	16,8	0,8
(5) BIL	16,0	386	14,9	-1,1
(6) mit Kunstquiz	10,0	268	10,3	0,3
(7) mit Musikquiz	10,0	245	9,5	-0,5

Quelle: 5849-Befragungsdaten / Basis: gültig realisierte Fälle

### 5.3 Interviewdauer

Bei den CAPI-Interviews wurden die Interviewdauern programmgestützt errechnet. Die Interviewer hatten keine Einwirkungsmöglichkeit auf die Ermittlung der Befragungsdauern. Für jede in der Programmiervorlage vorgesehene (für den Interviewer nicht bekannte) Zeit- und Datumsmarke wurde

- ein Datumstempel mit Uhrzeit sowie
- ein Zeitstempel abgelegt, der die seit Interviewbeginn verbrauchte Zeit in Sekunden maß.

Die Dauer eines Interviews lag im Durchschnitt bei 76,0 Minuten mit einer Schwankung vom kürzesten Interview mit 26,2 Minuten zum längsten Interview mit 217,1 Minuten. Mit Blick auf die unterschiedlichen Fragebogenvarianten zeigt sich, dass die Dauer der Interviews mit zusätzlichem Quizmodul etwa 17 Minuten (Kunstquiz) bzw. etwa 10 Minuten (mit Musikquiz) über der Durchschnittsdauer liegen.

**Tabelle 7 Durchschnittliche Interviewdauer gesamt und nach Fragebogenvariante**

Fragebogenvariante	Anzahl Fälle	Mittel	Min.	Max	Standardabweichung
<b>Dauer Gesamt</b>	2.578	76,0	26,2	217,1	24,23
(1) MUS	381	71,5	27,7	217,1	24,26
(2) FIL	445	74,2	29,1	199,3	23,53
(3) LIT	423	72,0	29,1	147,8	20,51
(4) DAR	434	70,6	29,3	163,3	20,90
(5) BIL	383	74,4	26,2	197,6	25,57
(6) mit Kunstquiz	268	93,3	37,7	170,4	24,38
(7) mit Musikquiz	244	85,9	33,0	196,1	23,53

Quelle: 5849-Befragungsdaten / Basis: gültig realisierte Interviews, nur Fälle mit gültiger Zeitangabe

## 5.4 Wohnumfeldfragebögen

Zu jeder Adresse (realisierte und nicht realisierte Fälle) sollten die Interviewer auch einen Fragebogen zum Wohnumfeld (Wohnumfeldfragebogen) ausfüllen. Dieser Fragebogen enthielt 5 Fragen zur Wohnsituation und zur unmittelbaren Wohnumgebung der Zielpersonen.

**Tabelle 8 Wohnumfeldfragebögen realisierte und nicht realisierte Fällen**

Adressen	abs.	%
Nicht realisierte Fälle	9.403	79,0
Realisierte Fälle	2.502	21,0
<b>Gesamt</b>	<b>11.905</b>	<b>100,0</b>

Quelle: 5849-Quartierfragebogendaten / Basis: realisierte Fälle

Es wurden 11.905 Fragebögen zum Wohnumfeld realisiert. Bezogen auf die insgesamt 12.600 eingesetzten Adressen entspricht dies einem Anteil von 94,5 Prozent. Der Wohnumfeldfragebogen liegt dabei für 2.502 der 2.614 realisierten Fälle vor (95,7 Prozent). 17 Fragebögen zum Wohnumfeld sind nicht ordnungsgemäß durchgeführten Interviews zuzuordnen.

## 5.5 Anzahl durchgeführter Interviews pro Interviewer

Für die Studie wurden insgesamt 256 Interviewer mit den Besonderheiten der Durchführung der Interviews vertraut gemacht. Von den 256 geschulten Interviewern konnten alle mindestens ein Interview realisieren.

**Tabelle 9 Anzahl Interviews pro Interviewer**

Anzahl realisierter Interviews	abs.	%
1 bis 4 Interviews	72	28,1
5 bis 9 Interviews	78	30,5
10 bis 19 Interviews	70	27,3
20 bis 29 Interviews	28	10,9
30 bis 39 Interviews	6	2,3
40 bis 49 Interviews	1	0,4
50 und mehr Interviews	1	0,4
<b>Gesamt</b>	<b>256</b>	<b>100,0*</b>

Quelle: 5849-Kontaktdatensatz / Basis: Interviewer mit mindestens einem Interview  
\*Abweichungen zu „Gesamt“ sind Rundungsdifferenzen bei einer Nachkommastelle.

Von den 256 Interviewern wurden insgesamt 2.614 Interviews durchgeführt. Durchschnittlich wurden 10 Interviews pro Interviewer realisiert.

**Tabelle 10 Interviews pro Interviewer: deskriptive Kennwerte**

	Anzahl Interviewer	Anzahl Fälle	Mittel	Min.	Max.	Standardabweichung
Gesamt	256	2.614	10,2	1	54	8,35

Quelle: 5849-Kontaktdatensatz / Basis: Interviewer mit mindestens einem Interview

## 5.6 Kontakthäufigkeit realisierte und nicht realisierte Fälle

Die Summe aller Kontakte lag bei 36.125 für realisierte und nicht realisierte Fälle aus der Bruttostichprobe, davon 9.417 Kontakte für realisierte Fälle.

**Tabelle 11 Anzahl Kontakte für realisierte Interviews (gruppiert)**

Kontaktanzahl	abs.	%	Kumuliert abs.	Kumuliert %
1 Kontakt	127	4,9	127	4,9
2 Kontakte	812	31,1	939	36,0
3 Kontakte	669	25,6	1.608	61,6
4 Kontakte	391	15,0	1.999	76,6
5 Kontakte	241	9,2	2.240	85,8
6 Kontakte	159	6,1	2.399	91,9
7 Kontakte	64	2,4	2.463	94,3
8 Kontakte	53	2,0	2.516	96,3
9 Kontakte	28	1,1	2.544	97,4
10 und mehr Kontakte	70	2,7	2.614	100,0
<b>Gesamt</b>	<b>2.614</b>	<b>100,0*</b>	<b>2.614</b>	<b>100,0</b>

Quelle: 5849-Kontakt Datensatz / Basis: realisierte Fälle

\*Abweichungen zu „Gesamt“ sind Rundungsdifferenzen bei einer Nachkommastelle.

Die maximale Kontakthäufigkeit für ein realisiertes Interview lag bei 17 Kontakten. Für die realisierten Fälle betrug die durchschnittliche Zahl 3,6 Kontakte.

**Tabelle 12 Kontakthäufigkeit: deskriptive Kennwerte realisierte Interviews**

Anzahl Fälle	Gesamtzahl Kontakte	Min.	Max.	Mittel	Standardabweichung
2.614	9.417	1	17	3,6	2,14

Quelle: 5849-Kontakt Datensatz / Basis: realisierte Fälle

**Tabelle 13 Kontakthäufigkeit: deskriptive Kennwerte nicht Erreichte**

Anzahl Fälle	Gesamtzahl Kontakte	Min.	Max.	Mittel	Standardabweichung
570	1.850	1,0	14,0	3,2	1,94

Quelle: 5849-Kontakt Datensatz / Basis: realisierte Fälle

Die maximale Häufigkeit für Zielpersonen, die im Feld nicht erreicht werden konnten, lag bei 14 Kontakten. Für diese nicht erreichten Personen betrug die durchschnittliche Zahl 3,2 Kontakte.

## 5.7 Ergebnis der Kontrolle realisierter Interviews

Die Nachkontrollen für realisierte Interviews wurden mit schriftlichen, postalisch versandten Kontrollbögen durchgeführt. Die Kontrollbögen wurden zusammen mit Dankschreiben und Incentives verschickt und mit einem portofreien Rückumschlag konfektioniert. Insgesamt wurden 2.614 Kontrollbögen mit dem Dankschreiben verschickt. Davon kamen 1.160 (44,4 Prozent) ausgefüllt zurück.

Im Ergebnis waren es insgesamt 8 Fälle, die laut nachträglicher Angabe der Zielpersonen als nicht korrekt erhoben klassifiziert wurden.<sup>13</sup> All diese Fälle erhielten den Status nicht ordnungsgemäßer Interviews.

**Tabelle 14 Ergebnisse der schriftlichen Interviewerkontrolle**

	<i>abs.</i>	%
<b>Gesamt Bruttostichprobe der Kontrolle</b>	<b>2.614</b>	<b>100,0</b>
<b>Zurückgesandte Kontrollbögen</b>	<b>1.160</b>	<b>44,4</b>
<i>Davon</i>		
Interview korrekt durchgeführt	1.152	99,3
Interview nicht korrekt durchgeführt	8	0,7

Quelle: 5849-Interviewerkontrollen

<sup>13</sup> In 1 Fall ergab der Abgleich des Geburtsjahres mit der Angabe des Geburtsjahres aus dem Interviewerkontrollbogen, dass das Interview offensichtlich mit der falschen Zielpersonen geführt worden war. In 7 Fällen war das Interview laut Interviewerkontrolle entweder telefonisch oder ohne Laptop geführt worden.

## 6 Gewichtung

Aufgrund der beiden Auswahlstufen bei der Ziehung der Personenstichprobe (Ziehung von Points auf Grundlage von Bedeutungsgewichten der Gemeinden und Ziehung/Einsatz der gleichen Anzahl an Personen je Point) wird eine gleiche Auswahlwahrscheinlichkeit aller Personen in der Grundgesamtheit gewährleistet. Die Stichprobe ist somit selbstgewichtend, ein Designgewicht ist nicht erforderlich.

Es wurde lediglich eine Redressementgewichtung vorgenommen, welche die unterschiedlichen Antwortgewährungen ausgleicht. Dies geschieht, indem die Verteilungen von interessierenden Variablen in der Befragung an bekannte Verteilungen in der Grundgesamtheit angepasst werden. Dies wurde mithilfe eines iterativen Algorithmus (Iterative Proportional Fitting = IPF-Algorithmus) durchgeführt.

Um die Kalibrierung durchzuführen, muss jede Eckwertvariable für jeden Fall im Datensatz einen gültigen Wert besitzen. Deshalb wurde der geringe Item-Nonresponse vor der Kalibrierung imputiert. Die Imputation erfolgte über den Mittelwert bzw. den Modalwert der jeweiligen Variable oder konnte einer Kategorie zugeordnet werden.<sup>14</sup> Da die Imputation einzig der Durchführbarkeit der Kalibrierung dient, wurden die imputierten Werte nach der Kalibrierung wieder auf fehlende Werte zurückgesetzt. Für folgende Merkmale wurde kalibriert:

- Geschlecht x Altersgruppen,
- Haushaltsgröße,
- Schulbildung,
- Erwerbsstatus,
- Staatsangehörigkeit,
- Bundesland,
- Gemeindegrößenklassen.

Kalibriert wurde an den Eckwerten des Mikrozensus 2016 bzw. 2017 des Statistischen Bundesamts für die Personen am Ort der Hauptwohnung in Privathaushalten (höchster allgemeinbildender Schulabschluss, Erwerbsstatus, Staatsangehörigkeit, Haushaltsgröße) und der Fortschreibung der Bevölkerung (Bevölkerungsstand 31.12.2017) des Statistischen Bundesamts (Alter \* Geschlecht, Bundesland, Gemeindegrößenklasse) – jeweils für Personen im Alter von 15 Jahren oder älter.

<sup>14</sup> Bei der Haushaltsgröße erfolgte die Imputation über den Mittelwert (3-Personenhaushalt). Bei der Staatsangehörigkeit erfolgte die Imputation über den Modalwert (deutsche Staatsangehörigkeit). Ein fehlender Wert beim Allgemeinbildenden Schulabschluss wurde der mittleren Kategorie (mittlerer Schulabschluss) zugeordnet, beim Erwerbsstatus wurden Fälle mit fehlenden Angaben in der Kategorie „nicht Erwerbstätig/keine Angabe“ erfasst.

In der folgenden Tabelle sind die Ergebnisse der Gewichtung zusammengefasst. Dargestellt sind die ungewichteten, die gewichteten sowie die Verteilungen der Grundgesamtheit. Bei der gewichteten Verteilung handelt es sich um die Daten auf Basis des finalen kalibrierten Gewichts.

**Tabelle 15 Vergleich ungewichtete und gewichtete Stichprobe**

<b>Spalten%</b>	<b>Ungewichtet</b>		<b>Gewichtet</b>	<b>Verteilung in der Grundgesamtheit</b>
	<b>abs.</b>	<b>%</b>		<b>%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>2.592</b>	<b>100,0*</b>		<b>100,0</b>
<b>Geschlecht</b>				
Männlich	1.250	48,2	49,0	49,0
Weiblich	1.342	51,8	51,0	51,0
<b>Alter</b>				
15-24 Jahre	367	14,2	12,1	12,1
25-34 Jahre	314	12,1	14,8	14,8
35-44 Jahre	346	13,4	13,9	13,9
45-54 Jahre	502	19,4	18,0	18,0
55-64 Jahre	472	18,2	16,4	16,4
65+ Jahre	591	22,8	24,7	24,7
<b>Geschlecht &amp; Alter kombiniert (aktive Gewichtungsvariable)</b>				
Männlich 15-24	198	7,6	6,4	6,4
Männlich 25-34	154	5,9	7,6	7,6
Männlich 35-44	149	5,8	7,0	7,0
Männlich 45-54	241	9,3	9,1	9,1
Männlich 55-64	231	8,9	8,1	8,1
Männlich 65+	277	10,7	10,8	10,8
Weiblich 15-24	169	6,5	5,8	5,8
Weiblich 25-34	160	6,2	7,2	7,2
Weiblich 35-44	197	7,6	6,9	6,9
Weiblich 45-54	261	10,1	8,9	8,9
Weiblich 55-64	241	9,3	8,3	8,3
Weiblich 65+	314	12,1	13,9	13,9
<b>Haushaltsgröße (aktive Gewichtungsvariable)</b>				
1 Person	439	16,9	23,2	23,2
2 Personen	903	34,8	38,3	38,3
3 Personen	542	20,9	17,4	17,4
4 Personen	459	17,7	14,8	14,8
5 und mehr Personen	249	9,6	6,3	6,3



Spalten%	Ungewichtet		Gewichtet	Verteilung in der Grundgesamtheit
	abs.	%		
<b>Gesamt</b>	<b>2.592</b>	<b>100,0*</b>		<b>100,0</b>
<b>Höchster allgemeinbildender Schulabschluss (aktive Gewichtungsvariable)</b>				
Hauptschulabschluss/kein Schulabschluss	601	23,2	35,7	35,7
Realschulabschluss (Mittlere Reife) oder gleichwertiger Abschluss/ ohne Angabe	801	30,9	28,8	28,8
Fachhochschulreife	264	10,2	7,7	7,7
Allgemeine o. fachgebundene Hochschulreife (Abitur, EOS)	850	32,8	24,2	24,2
Noch Schüler	76	2,9	3,7	3,7
<b>Erwerbsstatus (aktive Gewichtungsvariable)</b>				
Vollzeit erwerbstätig	1.106	42,7	41,5	41,5
Teilzeit erwerbstätig	364	14,0	11,4	11,4
Geringfügig erwerbstätig	143	5,5	5,2	5,2
Nicht erwerbstätig	979	37,8	41,9	41,9
<b>Staatsangehörigkeit (aktive Gewichtungsvariable)</b>				
Deutsche Staatsangehörigkeit	2.424	93,5	88,9	88,9
Andere Staatsangehörigkeit	168	6,5	11,1	11,1
<b>Bundesland (aktive Gewichtungsvariable)</b>				
Schleswig-Holstein	101	3,9	3,5	3,5
Hamburg	20	0,8	2,2	2,2
Niedersachsen	308	11,9	9,6	9,6
Bremen	15	0,6	0,8	0,8
Nordrhein-Westfalen	499	19,3	21,6	21,6
Hessen	172	6,6	7,5	7,5
Rheinland-Pfalz	155	6,0	4,9	4,9
Baden-Württemberg	327	12,6	13,3	13,3
Bayern	502	19,4	15,7	15,7
Saarland	31	1,2	1,2	1,2
Berlin	69	2,7	4,3	4,3
Brandenburg	89	3,4	3,0	3,0
Mecklenburg-Vorpommern	49	1,9	2,0	2,0
Sachsen	119	4,6	5,0	5,0
Sachsen-Anhalt	77	3,0	2,7	2,7
Thüringen	59	2,3	2,6	2,6

Spalten%	Ungewichtet		Gewichtet	Verteilung in der Grundgesamtheit
	abs.	%		
<b>Gesamt</b>	<b>2.592</b>	<b>100,0*</b>		<b>100,0</b>
<b>Gemeindegröße BIK 1-10 (aktive GewichtungsvARIABLE)</b>				
Unter 2.000 Einw.	60	2,3	1,7	1,7
2.000 bis unter 5.000 Einw.	51	2,0	2,5	2,5
5.000 bis unter 20.000 Einw.	286	11,0	8,6	8,6
20.000 bis unter 50.000 Einw.	341	13,2	10,8	10,8
50.000 bis unter 100.000 Einw. + SGTYP 2/3/4	233	9,0	7,8	7,8
50.000 bis unter 100.000 Einw. + SGTYP 1	50	1,9	2,1	2,1
100.000 bis unter 500.000 Einw. + SGTYP 2/3/4	394	15,2	14,8	14,8
100.000 bis unter 500.000 Einw. + SGTYP 1	348	13,4	15,1	15,1
500.000 Einw. und mehr + SGTYP 2/3/4	314	12,1	9,7	9,7
500.000 Einw. und mehr + SGTYP 1	515	19,9	26,9	26,9

Quelle: infas-eigene Berechnung, Statistisches Bundesamt

\*Abweichungen zu „Gesamt“ sind Rundungsdifferenzen bei einer Nachkommastelle.

Insgesamt betrachtet, sind die meisten untersuchten Merkmale in der realisierten (ungewichteten) Stichprobe im Vergleich zur Grundgesamtheit gut repräsentiert. Lediglich bei der formalen Schulbildung zeigt sich, dass Personen mit formal niedriger Bildung erkennbar unter- und Personen mit formal hoher Bildung überrepräsentiert sind. Dieses Phänomen ist in sozialwissenschaftlichen Befragungen oft zu beobachten und im Vergleich zu anderen Studien hier recht gering ausgeprägt. Die Differenzen zur Sollverteilung sind durch die beschriebenen Gewichtungsschritte ausgeglichen worden.

Zur qualitativen Beurteilung des Gewichtungsfaktors wird im Folgenden neben dem Mittelwert und der Standardabweichung auch dessen Effektivitätsmaß (E) ausgewiesen. Da sich in Folge des Gewichtungsvorgangs die Varianz der passiven Merkmale – Merkmale, die nicht in die Berechnung der Gewichtung eingehen – vergrößert, verringert sich deren effektive Stichprobengröße. Eine Gewichtung ist mithin gleichbedeutend mit einer Verringerung der effektiven Fallzahl. Das Effektivitätsmaß gibt in Prozent der realisierten Fallzahl an, wie groß bei Verwendung des Gewichts die effektive Fallzahl bei einem passiven Merkmal ist, das mit den aktiven Merkmalen nicht korreliert.

Dies bedeutet also, dass sich aufgrund der Gewichtung der Standardfehler von Populationsschätzern vergrößert (die Konfidenzintervalle werden breiter). Diese Vergrößerung der Konfidenzintervalle ist dabei merkmalspezifisch und auch abhängig davon, wie stark das Merkmal mit den aktiven Gewichtungsmerkmalen korreliert. Das Effektivitätsmaß stellt dabei ein Worst-Case-Szenario dar und gilt für Merkmale, die überhaupt nicht mit den aktiven Gewichtungsmerkmalen korrelieren. Die effektive Fallzahl entspricht der Fallzahl (Anzahl Befragte), die bei einer uneingeschränkten Zufallsauswahl (simple random sampling), gegeben die Varianz des Merkmals in der Stichprobe, den gleichen Stichprobenfehler produziert hätte. Die effektive Fallzahl kann also zur Berechnung des korrekten, das komplexe Stichprobendesign berücksichtigenden Standardfehlers verwendet werden, gilt allerdings ebenfalls nur für Variablen, die nicht mit den aktiven Gewichtungsmerkmalen korrelieren. Bei Merkmalen, die mit den aktiven Gewichtungsmerkmalen korrelieren, ist die effektive Fallzahl entsprechend höher.

Die Effektivität wird über die Varianz der Gewichtungsfaktoren folgendermaßen berechnet:  $E = (n'/n) * 100$ , wobei:  $n' = ((\sum_i g_i)^2 / \sum_i g_i^2)$ .  $n'$  = effektive Fallzahl.

**Tabelle 16 Kennwerte des kalibrierten Gewichts**

	<b>Kalibriertes Gewicht</b>
Mittelwert	1
Standardabweichung	0,567
Minimum	0,219
Maximum	5,562
Anzahl gewichtete Fälle	2.592
Effektivitätsmaß	75,703
Effektive Fallzahl	1.962

Quelle: infas-eigene Berechnung

Mit einem Wert von knapp 76 Prozent ist das Effektivitätsmaß im Vergleich zu üblichen allgemeinen Bevölkerungsumfragen sehr hoch. Ein wesentlicher Grund dafür liegt im Stichprobendesign begründet. Da es sich um eine Einwohnermeldeamtsstichprobe und damit eine selbstgewichtende Stichprobe handelt, entfällt das Designgewicht bzw. es handelt sich dabei um eine Konstante. Zudem sind bei Einwohnermeldeamtsstichproben die Selektivitätseffekte erfahrungsgemäß geringer. Beides trägt zu einem hohen Effektivitätsmaß bei. Andererseits ist eine Effektivität nahe 100 Prozent auch nicht zielführend, da dies bedeuten würde, dass die Gewichtung keinerlei Einfluss auf das Ergebnis hat. Die Gewichtung wäre demnach unnötig, weil es keine Selektivitäten gibt, oder die Gewichtung würde die falschen Merkmale berücksichtigen. Ziel der Gewichtung ist aber, die (vergleichsweise geringe) Selektivität (hier vor allem in der Bildungsverteilung) auszugleichen. d.h. den Bias zu reduzieren. Hier zeigt sich der in der Statistik häufige Trade-off zwischen Bias und Varianz.

## 7 Anhang

- Erstanschreiben an Zielpersonen
- Erinnerungsanschreiben an Zielpersonen (20 Euro Incentive)
- Anschreiben an Zielpersonen der 2. Adresstranche (20 Euro Incentive)
- Dankschreiben an panelbereite Zielpersonen
- Dankschreiben an nicht panelbereite Zielpersonen
- Dankschreiben an panelbereite Zielpersonen aus Erinnerung bzw. 2. Adresstranche (20 Euro)
- Dankschreiben an nicht panelbereite Zielpersonen aus Erinnerung bzw. 2. Adresstranche (20 Euro)
- Informationsbroschüre zur Studie
- Datenschutzerklärung
- Einverständniserklärung zur Aufbewahrung der Adressdaten
- Fragebogen zum Wohnumfeld
- Ergebnisbroschüre Kunstquiz
- Ergebnisbroschüre Musikquiz
- Interviewerhandbuch (ohne Anhang)

## Erstanschreiben an Zielpersonen



infas, Postfach 240101, 53154 Bonn

5849/LFD

Anrede  
Name  
Anschrift  
PLZ Ort

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

Postfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@infas.de  
www.infas.de

Bonn, Monat 2018

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

Sehr geehrte Frau / Herr <Nachname>

in diesen Wochen führt das infas-Institut die Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“ im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durch. Dafür würden wir gerne auch mit Ihnen ein Interview führen.

**Worum geht es?**  
Was tun Sie am liebsten in Ihrer Freizeit? Welche kulturellen Angebote nutzen Sie? Es geht dabei um ganz verschiedene Dinge, z.B. Film, Fernsehen, Literatur und Musik. Was gefällt Ihnen, was gefällt Ihnen nicht? Auch möchten wir erfahren, welche öffentlichen Kultur- und Freizeitangebote Sie für förderungswürdig halten. Das sind Dinge, die Sie gar nicht interessieren? Dann sagen Sie uns offen, warum nicht. Auch das ist für die Studie von großer Bedeutung!

Zu diesem Thema werden in ganz Deutschland 3.000 Personen ab 15 Jahre befragt. Die Studie ist die bisher größte wissenschaftliche Untersuchung zu diesem Thema in Deutschland. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert und finanziert diese Studie, die im öffentlichen Interesse liegt.

**Was möchten wir von Ihnen?**  
Wir bitten Sie herzlich, an dieser wichtigen Studie mitzuwirken und uns dazu einige Fragen zu beantworten. Ihre persönlichen Erfahrungen und Meinungen sind für uns von großer Bedeutung.

**Was haben Sie davon?**  
Sie werden Teil eines wissenschaftlichen Projekts, das in seiner Art einzigartig ist. Ihre Erfahrungen und Meinungen werden gehört und fließen in ein repräsentatives Bild des Landes ein. Als Dankeschön erhalten Sie **10 Euro für das Interview**.

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ 

geleitet von

 Bundesministerium für Bildung und Forschung

5849/A/2018

**Warum gerade Sie?**

Sie wurden durch ein statistisches Zufallsverfahren aus dem Einwohnermelde-register Ihrer Gemeinde ausgewählt. Ihre persönliche Teilnahme ist für uns sehr wichtig – Ihre Meinung kann nicht einfach durch eine andere ersetzt werden! Dabei ist die Teilnahme an der Befragung natürlich freiwillig. Bitte beachten Sie auch die beiliegende Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben.

**Wo erhalten Sie weitere Informationen?**

Bei Fragen und Rückmeldungen können Sie sich gerne zu den üblichen Bürozeiten unter der kostenfreien Telefonnummer **0800/73 84 500** an uns wenden. Nutzen Sie bei Rückfragen auch unsere Mailadresse **freizeit@infas.de** und wir werden Ihnen umgehend antworten.

**Wie geht es weiter?**

In den nächsten Wochen wird sich eine Interviewerin oder ein Interviewer von infas mit Ihnen in Verbindung setzen, um einen passenden Termin für das persönliche Interview zu vereinbaren. Falls Sie Nachfragen haben: Alle unsere Interviewer können sich als Mitarbeiter von infas ausweisen.

Wir bedanken uns schon heute sehr herzlich für Ihre Mitwirkung an dieser wichtigen und einzigartigen Studie und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Menno Smid  
Geschäftsführer  
infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft, Bonn

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Anlage  
Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben  
Studienflyer

Seite 2

**Erinnerungsansreiben an Zielpersonen (20 Euro Incentive)**

inf

inf, Postfach 240101, 53154 Bonn

5849/LFD

Anrede  
Name  
Anschrift  
PLZ Ortinf Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbHPostfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@inf.de  
www.inf.de

Bonn, Monat 2018

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

Sehr geehrte Frau / Herr &lt;Nachname&gt;

die Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“ wird vom inf-Institut im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchgeführt. Dafür würden wir gerne auch mit Ihnen ein Interview führen.

Vor einigen Wochen hatten wir Sie dazu bereits angeschrieben und auch einen unserer Interviewer damit beauftragt, Kontakt zu Ihnen aufzunehmen. Leider konnten wir bisher noch kein Interview mit Ihnen durchführen. Wir wenden uns daher erneut mit einem Schreiben an Sie und möchten Sie herzlich bitten, an der Befragung mitzuwirken.

**Worum geht es?**

Was tun Sie am liebsten in Ihrer Freizeit? Welche kulturellen Angebote nutzen Sie? Es geht dabei um ganz verschiedene Dinge, z.B. Film, Fernsehen, Literatur und Musik. Was gefällt Ihnen, was gefällt Ihnen nicht? Auch möchten wir erfahren, welche öffentlichen Kultur- und Freizeitangebote Sie für förderungswürdig halten. Das sind Dinge, die Sie gar nicht interessieren? Dann sagen Sie uns offen, warum nicht. Auch das ist für die Studie von großer Bedeutung!

Zu diesem Thema werden in ganz Deutschland 3.000 Personen ab 15 Jahre befragt. Die Studie ist die bisher größte wissenschaftliche Untersuchung zu diesem Thema in Deutschland. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert und finanziert diese Studie, die im öffentlichen Interesse liegt.

**Was möchten wir von Ihnen?**

Wir bitten Sie herzlich, an dieser wichtigen Studie mitzuwirken und uns dazu einige Fragen zu beantworten. Ihre persönlichen Erfahrungen und Meinungen sind für uns von großer Bedeutung.

**Was haben Sie davon?**

Sie werden Teil eines wissenschaftlichen Projekts, das in seiner Art einzigartig ist. Ihre Erfahrungen und Meinungen werden gehört und fließen in ein repräsentatives Bild des Landes ein. Da uns Ihre Teilnahme besonders wichtig ist, haben wir für Sie das Dankeschön erhöht und Sie erhalten **20 Euro für das Interview**.

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ

gefördert von

Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

5849/ 2018/E

**Warum gerade Sie?**

Sie wurden durch ein statistisches Zufallsverfahren aus dem Einwohnermelde-register Ihrer Gemeinde ausgewählt. Ihre persönliche Teilnahme ist für uns sehr wichtig – Ihre Meinung kann nicht einfach durch eine andere ersetzt werden! Dabei ist die Teilnahme an der Befragung natürlich freiwillig. Bitte beachten Sie auch die beiliegende Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben.

**Wo erhalten Sie weitere Informationen?**

Bei Fragen und Rückmeldungen können Sie sich gerne zu den üblichen Bürozeiten unter der kostenfreien Telefonnummer **0800/73 84 500** an uns wenden. Nutzen Sie bei Rückfragen auch unsere Mailadresse **freizeit@infas.de** und wir werden Ihnen umgehend antworten.

**Wie geht es weiter?**

In den nächsten Wochen wird sich eine Interviewerin oder ein Interviewer von infas mit Ihnen in Verbindung setzen, um einen passenden Termin für das persönliche Interview zu vereinbaren. Falls Sie Nachfragen haben: Alle unsere Interviewer können sich als Mitarbeiter von infas ausweisen.

Wir bedanken uns schon heute sehr herzlich für Ihre Mitwirkung an dieser wichtigen und einzigartigen Studie und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Menno Smid  
Geschäftsführer  
infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft, Bonn

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

**Anlage**

Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben

Seite 2



**Anschreiben an Zielpersonen der 2. Adresstranche (20 Euro Incentive)**



infas, Postfach 240101, 53154 Bonn

Anrede  
Name  
Anschrift  
PLZ Ort

5849/LFD

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

Postfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@infas.de  
www.infas.de

Bonn, Monat 2018

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

Sehr geehrte Frau / Herr <Nachname>

in diesen Wochen führt das infas-Institut die Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“ im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durch. Dafür würden wir gerne auch mit Ihnen ein Interview führen.

**Worum geht es?**  
Was tun Sie am liebsten in Ihrer Freizeit? Welche kulturellen Angebote nutzen Sie? Es geht dabei um ganz verschiedene Dinge, z.B. Film, Fernsehen, Literatur und Musik. Was gefällt Ihnen, was gefällt Ihnen nicht? Auch möchten wir erfahren, welche öffentlichen Kultur- und Freizeitangebote Sie für förderungswürdig halten. Das sind Dinge, die Sie gar nicht interessieren? Dann sagen Sie uns offen, warum nicht. Auch das ist für die Studie von großer Bedeutung!

Zu diesem Thema werden in ganz Deutschland 3.000 Personen ab 15 Jahre befragt. Die Studie ist die bisher größte wissenschaftliche Untersuchung zu diesem Thema in Deutschland. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert und finanziert diese Studie, die im öffentlichen Interesse liegt.

**Was möchten wir von Ihnen?**  
Wir bitten Sie herzlich, an dieser wichtigen Studie mitzuwirken und uns dazu einige Fragen zu beantworten. Ihre persönlichen Erfahrungen und Meinungen sind für uns von großer Bedeutung.

**Was haben Sie davon?**  
Sie werden Teil eines wissenschaftlichen Projekts, das in seiner Art einzigartig ist. Ihre Erfahrungen und Meinungen werden gehört und fließen in ein repräsentatives Bild des Landes ein. Als Dankeschön erhalten Sie **20 Euro für das Interview**.

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ 

gefördert von

 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

5849/ 2018/A\_2

**Warum gerade Sie?**

Sie wurden durch ein statistisches Zufallsverfahren aus dem Einwohnermelde-register Ihrer Gemeinde ausgewählt. Ihre persönliche Teilnahme ist für uns sehr wichtig – Ihre Meinung kann nicht einfach durch eine andere ersetzt werden! Dabei ist die Teilnahme an der Befragung natürlich freiwillig. Bitte beachten Sie auch die beiliegende Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben.

**Wo erhalten Sie weitere Informationen?**

Bei Fragen und Rückmeldungen können Sie sich gerne zu den üblichen Bürozei-ten unter der kostenfreien Telefonnummer **0800/73 84 500** an uns wenden. Nutzen Sie bei Rückfragen auch unsere Mailadresse **freizeit@infas.de** und wir werden Ihnen umgehend antworten.

**Wie geht es weiter?**

In den nächsten Wochen wird sich eine Interviewerin oder ein Interviewer von infas mit Ihnen in Verbindung setzen, um einen passenden Termin für das per-sönliche Interview zu vereinbaren. Falls Sie Nachfragen haben: Alle unsere In-terviewter können sich als Mitarbeiter von infas ausweisen.

Wir bedanken uns schon heute sehr herzlich für Ihre Mitwirkung an dieser wichtigen und einzigartigen Studie und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Menno Smid  
Geschäftsführer  
infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft, Bonn

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

**Anlage**

Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben

Seite 2

## Dankschreiben an panelbereite Zielpersonen



infas, Postfach 240101, 53154 Bonn

5849/LFD

Anrede  
Name  
Anschrift  
PLZ Ort

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

Postfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@infas.de  
www.infas.de

Bonn, Monat 2018

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

Sehr geehrte Frau / Herr <Nachname>

im Rahmen der Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“, die das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft in Bonn im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchführt, durften wir mit Ihnen vor kurzem ein Interview führen.

Mit Ihrer Teilnahme haben Sie einen wertvollen Beitrag für das Gelingen dieses Forschungsprojektes geleistet. Vielen Dank dafür!

**Anbei übermitteln wir Ihnen als kleines Dankeschön für Ihre Unterstützung den Betrag von 10 Euro.**

Mit unserem Dank verbinden wir noch eine kleine Bitte. Auf dem beiliegenden Blatt „Rückmeldung zum Interviewgespräch“ haben wir einige wenige Fragen zum geführten Interview aufgeführt. Wir möchten Sie bitten, diese wenigen Fragen zum Verlauf des Interviewgesprächs ausgefüllt innerhalb der nächsten Tage im beiliegenden portofreien Rückumschlag an infas zurückzusenden.

Damit wir Sie für die Weiterführung unserer Studie wieder erreichen können, würden wir uns sehr freuen, wenn Sie uns Änderungen Ihrer Adresse oder Telefonnummer mitteilen. Unter der kostenfreien Telefonnummer 0800/73 84 500 steht Ihnen zu den üblichen Bürozeiten ein/e Mitarbeiter/in von infas zur Verfügung. Oder schreiben Sie eine E-Mail an [freizeit@infas.de](mailto:freizeit@infas.de).

Selbstverständlich werden wir Sie im Vorfeld der nächsten Befragung wieder schriftlich kontaktieren. Es würde uns sehr freuen, wenn wir dann wieder mit Ihrer Unterstützung rechnen könnten. Auch in Zukunft ist Ihre Teilnahme freiwillig.

Nochmals herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an unserer Studie!

Mit freundlichen Grüßen

Menno Smid  
Geschäftsführer  
infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft, Bonn

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ 

gefördert von

 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

5849/ 2018/ D\_Pb

## Dankschreiben an nicht panelbereite Zielpersonen



infas, Postfach 240101, 53154 Bonn

5849/LFD

Anrede  
Name  
Anschrift  
PLZ Ort

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

Postfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@infas.de  
www.infas.de

Bonn, Monat 2018

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

Sehr geehrte Frau / Herr <Nachname>

im Rahmen der Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“, die das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft in Bonn im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchführt, durften wir mit Ihnen vor kurzem ein Interview führen.

Mit Ihrer Teilnahme haben Sie einen wertvollen Beitrag für das Gelingen dieses Forschungsprojektes geleistet. Vielen Dank dafür!

**Anbei übermitteln wir Ihnen als kleines Dankeschön für Ihre Unterstützung den Betrag von 10 Euro.**

Mit unserem Dank verbinden wir noch eine kleine Bitte. Auf dem beiliegenden Blatt „Rückmeldung zum Interviewgespräch“ haben wir einige wenige Fragen zum geführten Interview aufgeführt. Wir möchten Sie bitten, diese wenigen Fragen zum Verlauf des Interviewgesprächs ausgefüllt innerhalb der nächsten Tage im beiliegenden portofreien Rückumschlag an infas zurückzusenden.

Falls Sie noch Rückfragen haben, können Sie sich gerne jederzeit an uns wenden. Unter der kostenfreien Telefonnummer 0800/73 84 500 steht Ihnen zu den üblichen Bürozeiten ein/e Mitarbeiter/in von infas zur Verfügung. Gerne beantworten wir Ihnen aber auch kurzfristig Fragen, die Sie per E-Mail an folgende Adresse senden: [freizeit@infas.de](mailto:freizeit@infas.de).

Nochmals herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an unserer Studie!

Mit freundlichen Grüßen

Menno Smid  
Geschäftsführer  
infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft, Bonn

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ 

gefördert von

 Bundesministerium für Bildung und Forschung

5849/ 2018/ D\_nPb

## Dankschreiben an panelbereite Zielpersonen aus Erinnerung bzw. 2. Adresstranche (20 Euro)



infas, Postfach 240101, 53154 Bonn

Anrede  
Name  
Anschrift  
PLZ Ort

5849/LFD

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

Postfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@infas.de  
www.infas.de

Bonn, Monat 2018

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

Sehr geehrte Frau / Herr <Nachname>

im Rahmen der Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“, die das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft in Bonn im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchführt, durften wir mit Ihnen vor kurzem ein Interview führen.

Mit Ihrer Teilnahme haben Sie einen wertvollen Beitrag für das Gelingen dieses Forschungsprojektes geleistet. Vielen Dank dafür!

**Anbei übermitteln wir Ihnen als kleines Dankeschön für Ihre Unterstützung den Betrag von 20 Euro.**

Mit unserem Dank verbinden wir noch eine kleine Bitte. Auf dem beiliegenden Blatt „Rückmeldung zum Interviewgespräch“ haben wir einige wenige Fragen zum geführten Interview aufgeführt. Wir möchten Sie bitten, diese wenigen Fragen zum Verlauf des Interviewgesprächs ausgefüllt innerhalb der nächsten Tage im beiliegenden portofreien Rückumschlag an infas zurückzusenden.

Damit wir Sie für die Weiterführung unserer Studie wieder erreichen können, würden wir uns sehr freuen, wenn Sie uns Änderungen Ihrer Adresse oder Telefonnummer mitteilen. Unter der kostenfreien Telefonnummer 0800/73 84 500 steht Ihnen zu den üblichen Bürozeiten ein/e Mitarbeiter/in von infas zur Verfügung. Oder schreiben Sie eine E-Mail an [freizeit@infas.de](mailto:freizeit@infas.de).

Selbstverständlich werden wir Sie im Vorfeld der nächsten Befragung wieder schriftlich kontaktieren. Es würde uns sehr freuen, wenn wir dann wieder mit Ihrer Unterstützung rechnen könnten. Auch in Zukunft ist Ihre Teilnahme freiwillig.

Nochmals herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an unserer Studie!

Mit freundlichen Grüßen

Menno Smid  
Geschäftsführer  
infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft, Bonn

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ 

gefördert von

 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

5849/ 2018/ D\_Pb\_E

## Dankschreiben an panelbereite Zielpersonen aus Erinnerung bzw. 2. Adresstranche (20 Euro)



infas, Postfach 240101, 53154 Bonn

5849/LFD

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

Postfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@infas.de  
www.infas.de

Anrede  
Name  
Anschrift  
PLZ Ort

Bonn, Monat 2018

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

Sehr geehrte Frau / Herr <Nachname>

im Rahmen der Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“, die das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft in Bonn im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchführt, durften wir mit Ihnen vor kurzem ein Interview führen.

Mit Ihrer Teilnahme haben Sie einen wertvollen Beitrag für das Gelingen dieses Forschungsprojektes geleistet. Vielen Dank dafür!

**Anbei übermitteln wir Ihnen als kleines Dankeschön für Ihre Unterstützung den Betrag von 20 Euro.**

Mit unserem Dank verbinden wir noch eine kleine Bitte. Auf dem beiliegenden Blatt „Rückmeldung zum Interviewgespräch“ haben wir einige wenige Fragen zum geführten Interview aufgeführt. Wir möchten Sie bitten, diese wenigen Fragen zum Verlauf des Interviewgesprächs ausgefüllt innerhalb der nächsten Tage im beiliegenden portofreien Rückumschlag an infas zurückzusenden.

Falls Sie noch Rückfragen haben, können Sie sich gerne jederzeit an uns wenden. Unter der kostenfreien Telefonnummer 0800/73 84 500 steht Ihnen zu den üblichen Bürozeiten ein/e Mitarbeiter/in von infas zur Verfügung. Gerne beantworten wir Ihnen aber auch kurzfristig Fragen, die Sie per E-Mail an folgende Adresse senden: [freizeit@infas.de](mailto:freizeit@infas.de).

Nochmals herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an unserer Studie!

Mit freundlichen Grüßen

Menno Smid  
Geschäftsführer  
infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft, Bonn

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ 

gefördert von

 Bundesministerium für Bildung und Forschung

5849/ 2018/ D\_nPb\_E

**Informationsbroschüre zur Studie**

**Wer führt die Studie durch?**

Die Studie wird vom unabhängigen infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft durchgeführt.

Auftraggeber ist die Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

**Wissenschaftliche Leitung der Studie**

Prof. Dr. Gunnar Otte  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz  
Institut für Soziologie

Finanziert wird die Studie vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.

**Wir stehen Ihnen gerne für weitere Fragen zur Verfügung!**

Nutzen Sie die kostenlose Telefonnummer für Befragte bei infas (Mo-Fr 9.00 bis 17.00 Uhr): **0800 / 73 84 500**

Oder schreiben Sie uns eine E-Mail an: **freizeit@infas.de**

Weitere Informationen zum Projekt finden Sie im Internet unter: **http://kultur.uni-mainz.de**



**WAS MACHEN SIE IN IHRER FREIZEIT?**



JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ **JG|U**



JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ **JG|U**



JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ **JG|U**

**FREIZEIT UND KULTUR IN DEUTSCHLAND 2018**

**Eine wissenschaftliche Studie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz**

Mit der Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und in Zusammenarbeit mit dem Sozialforschungsinstitut infas möchten wir herausfinden, was die Menschen in Deutschland in ihrer Freizeit machen. Wofür interessieren Sie sich und welche Angebote nutzen Sie?

**Warum wird die Studie durchgeführt?**

Weil es zu diesem Thema in Deutschland bisher nur wenig gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse gibt. Gemeinsam mit Ihrer Unterstützung möchte diese Studie das nun ändern. Werden Sie dazu eine von 3.000 Personen, die wir zu den Themen Freizeit und Kultur befragen! Es handelt sich um die bisher größte wissenschaftliche Studie in diesem Bereich in Deutschland. Mit der Teilnahme an einem Interview haben Sie die einmalige Chance, sich zu diesem Thema einzubringen.

**Wie läuft die Befragung ab?**

Die Interviews werden persönlich und bei Ihnen zu Hause von geschulten Interviewerinnen und Interviewern geführt. Gerne vereinbaren diese mit Ihnen einen Termin, wenn Sie nicht sofort Zeit haben. Während des Gesprächs erfassen unsere Interviewerinnen und Interviewer Ihre Antworten mit einem Computer. Die Angaben werden immer ohne Namen und ohne Adresse gespeichert – also ganz anonym.

**Was wird gefragt?**

Wir möchten zum Beispiel wissen:


- Was tun Sie am liebsten in Ihrer Freizeit? Und: wie viel freie Zeit haben Sie eigentlich zur Verfügung?
- Welche kulturellen Angebote (z.B. Kino, Fernsehen, Bücher oder Konzerte) nutzen Sie und warum?
- Welche Arten von Musik, Filmen oder Büchern gefallen Ihnen?

**Wieso gerade ich?**

Sie wurden durch ein statistisches Zufallsverfahren ausgewählt. Für den Erfolg der Studie und die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse ist es wichtig, dass möglichst alle der ausgewählten Personen tatsächlich an der freiwilligen Befragung teilnehmen.

**Machen Sie mit!**

Ihre persönliche Meinung kann nicht einfach durch eine andere ersetzt werden!



**TEILNAHME**


**Sie möchten mitmachen?**

In den nächsten Wochen wird sich eine Interviewerin oder ein Interviewer von infas mit Ihnen in Verbindung setzen, um einen passenden Termin für das persönliche Interview zu vereinbaren.

Als Dankeschön erhalten Sie von uns **10 Euro für das Interview.**

Ihre Daten werden absolut vertraulich behandelt und ausschließlich anonym ausgewertet.

JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ **JG|U**



## Datenschutzerklärung

## Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben

Die wissenschaftliche Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland“ wird gemeinsam von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und dem infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft in Bonn durchgeführt. Beide Institutionen tragen gemeinsam die datenschutzrechtliche Verantwortung für diese Studie. Die Studie wird gemäß den gesetzlichen Bestimmungen der EU-Datenschutzgrundverordnung durchgeführt.

Ihre personenbezogenen Daten sind auf Basis von §46 des Bundesmeldegesetzes übermittelt worden. Sie wurden zufällig aus dem Melderegister Ihrer Gemeinde für die Teilnahme ausgewählt. Die Studie liegt **im öffentlichen Interesse**.

**Ihre Teilnahme ist freiwillig. Die Ergebnisse der Befragung werden ausschließlich in anonymisierter Form, d.h. ohne Ihren Namen und Ihre Kontaktdaten ausgewertet und dargestellt.**

Das bedeutet: Niemand kann aus den Ergebnissen erkennen, welche Angaben Sie gemacht haben.

Das gilt auch bei den Wiederholungsbefragungen, bei denen es wichtig ist, nach einer bestimmten Zeit noch einmal ein Interview mit derselben Person zu führen und die statistische Auswertung so vorzunehmen, dass die Angabenaus mehreren Befragungen durch eine Code-Nummer, also ohne Name oder Kontaktdaten, miteinander verknüpft werden.

**Es gibt keine Weitergabe von Daten an Dritte, die Ihre Person erkennen lassen.**

Die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen wird in den jeweiligen Zuständigkeitsbereichen kontrolliert von:

Prof. Dr. Gunnar Otte

Institut für Soziologie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Christian Dickmann

Datenschutzbeauftragter  
infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

Auf der Rückseite dieser Erklärung zeigen wir Ihnen den Weg Ihrer Daten vom Interview bis zur völlig anonymen Ergebnistabelle.

infas

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

Postfach 240101  
53154 Bonn  
Tel. 0800/73 84 500  
freizeit@infas.de  
www.infas.de

JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ 

Johannes Gutenberg-Universität  
Mainz  
Institut für Soziologie  
Jakob-Welder-Weg 12  
55128 Mainz

5849/HE/2018



## Was geschieht mit Ihren Angaben?

1. Die Interviewerinnen und Interviewer kontaktieren Sie im Auftrag von infas und geben Ihre Antworten anhand einer entsprechenden Ziffer in den Computer ein.
2. Ihre Angaben werden ausnahmslos ohne Ihren Namen oder Ihre Kontaktdaten (also in anonymisierter Form) gespeichert.
3. Die Namen und Kontaktdaten bleiben strikt getrennt von den Interviews und werden nach Abschluss der Untersuchung gelöscht.
4. Anschließend werden die Angaben aller Befragten zusammen (ohne Namen und Kontaktdaten) ausgewertet. Der Computer zählt z.B. alle Antworten zur Erwerbssituation und errechnet daraus die Prozentergebnisse.
5. Das Gesamtergebnis und die Ergebnisse für Teilgruppen (z.B. Männer, Frauen) werden in Tabellenform ausgedruckt. Angaben einzelner Personen sind nicht erkennbar.
6. Nur mit Ihrer Einwilligung werden Ihr Name und Ihre Kontaktdaten zum Zwecke der Wiederholungsbefragung an das Institut für Soziologie der Universität Mainz übermittelt und stets von den Daten des Interviews getrennt aufbewahrt. Auch bei der Wiederholungsbefragung selbst werden Ihr Name und Ihre Kontaktdaten stets von den Daten des Interviews getrennt.

### Beispiel

	Männer	Frauen	Gesamt
Erwerbstätig	60,9%	50,8%	55,5%
Arbeitslos	3,4%	2,8%	3,1%
Ausbildung	3,5%	2,5%	3,0%
Hausfrau/Hausmann	0,4%	11,2%	6,2%
Ruhestand	29,1%	30,0%	29,5%
Sonstiges	2,7%	2,7%	2,7%
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### In jedem Fall gilt:

**Ihre Teilnahme am Interview ist freiwillig. Alle gesetzlichen Bestimmungen der EU-Datenschutzgrundverordnung werden eingehalten.**

Bei Nichtteilnahme entstehen Ihnen keine Nachteile. Ihr Einverständnis zur Teilnahme können Sie jederzeit ohne Angabe von Gründen und ohne weitere Konsequenzen bei infas für die Zukunft wieder zurücknehmen. Infas gibt Ihnen auf Anfrage hin Auskunft über die dort vorliegenden Kontaktdaten und ändert oder löscht diese oder schränkt die Verarbeitung auf Ihren Wunsch hin ein. Wir weisen zudem auf das gesetzliche Beschwerderecht bei einer Aufsichtsbehörde hin.

#### Sie können absolut sicher sein, dass wir...:

- Ihren Namen und Ihre Kontaktdaten nicht mit Ihren Interviewdaten zusammenführen, so dass niemand erfährt, welche Antworten Sie persönlich gegeben haben;
- Ihren Namen und Ihre Kontaktdaten nicht an Dritte weitergeben;
- keine Einzeldaten, die einen Rückschluss auf Ihre Person zulassen, an Dritte weitergeben;
- die Daten ausschließlich zu Forschungszwecken nutzen werden.

Wir danken für Ihre Mitwirkung und für Ihr Vertrauen in unsere Arbeit!

**Einverständniserklärung zur Aufbewahrung der Adressdaten**

**Freizeit und Kultur in Deutschland 2018**

**Einwilligungserklärung  
zur weiteren Befragung in dieser Studie**

gegenüber der Universität Mainz und infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaften GmbH

Zum Zweck der weiteren Befragung im Rahmen dieser Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“ müssen das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft und das Institut für Soziologie der Universität Mainz Ihre Adresse aufbewahren. Das Datenschutzgesetz setzt dabei zu Recht Ihr Einverständnis voraus. Die Daten werden ausschließlich in diesem Forschungsprojekt verwendet. Ihr Name und Ihre Adresse werden nicht an Dritte weitergeben. Eine weitere Nutzung Ihrer Daten zu anderen Zwecke, als einer weiteren Befragung in dieser Studie, ist nicht zulässig. Ihre Adresse wird getrennt vom Fragebogen aufgehoben. Sie kann niemals mit den von Ihnen angegebenen Antworten in Verbindung gebracht werden. Ihre Angaben bleiben absolut anonym. Nach Abschluss des Forschungsprojekts wird Ihre Adresse dann von uns endgültig gelöscht.

Sie können die Einwilligung jederzeit bei infas oder dem Institut für Soziologie der Universität Mainz zurückziehen. Dann wird Ihre Adresse sofort gelöscht.

Vorname: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_ Hausnummer: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

E-Mail-Adresse: \_\_\_\_\_

Telefonnummer mit Vorwahl: \_\_\_\_\_

beauftragt von

JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ

GELEISTET VON

Bundesministerium für Bildung und Forschung

Ort, Datum



Unterschrift

Vielen Dank!

Vom Interviewer auszufüllen: \_\_\_\_\_ LFD

## Fragebogen zum Wohnumfeld

infas	
<b>Rücklaufcodes für Face-to-Face Befragungen</b>	
<hr/>	
Interview	
18	Interview realisiert
47	Interview unterbrochen - wird fortgesetzt
<hr/>	
Adressprobleme	
13	kein Privathaushalt
14	unbewohnt, Gebäude verfallen, abgerissen
15	ZP verstorben
16	ZP nicht in Zielgruppe: ZP ist jünger als 15 Jahre
17	bereits befragt
33	ZP ins Ausland verzogen
35	ZP/ HH wohnt da nicht mehr/neue Anschrift unbekannt
36	Adressänderungen/neue Adresse → <i>neue Adresse notieren</i>
<hr/>	
Weitere Bearbeitung erforderlich	
1	nicht angetroffen, nicht erreicht
6	kann in nächster Zeit angetroffen werden → <i>erneut versuchen am?</i>
7	Terminvereinbarung → <i>Termin notieren</i>
31	erneutes Anschreiben auf Wunsch
<hr/>	
Ausfälle/Verweigerungen	
8	Adresse löschen/ZP verweigert grundsätzlich
9	ZP verweigert: keine Zeit/dauert zu lange/wird zu viel
10	ZP verweigert: will nur telefonisch befragt werden
11	ZP verweigert: krank
39	ZP verweigert neue Anschrift
40	KP verweigert neue Anschrift
42	ZP in Feldzeit nicht zu erreichen → <i>wann erreichbar?</i>
43	ZP (lt. Auskunft) nicht befragbar/dauerhaft krank oder behindert
48	Interview abgebrochen - Fortführung verweigert
52	kein Zugang zu ZP/Zugang verhindert/Teilnahme untersagt/lt. Auskunft nicht bereit
53	KP verweigert jegliche Auskunft
54	ZP verweigert: kein Interesse/Thema
59	ZP verweigert: Datenschutzgründe/zu persönlich
62	ZP verweigert: sonstige Gründe → <i>bitte näher erläutern</i>
80	keine Verständigung möglich/ZP spricht nicht ausreichend deutsch
<hr/>	
5494/2016	

infas	
<p>Fragen zum Wohnumfeld Übersicht</p>	<p>Geben Sie beim späteren Ausfüllen der nächsten beiden Fragen bitte Ihre Gesamtmeinung über die „unmittelbare Umgebung“ des Gebäudes oder Hauses der Zielperson wieder: Sehen Sie nach links und rechts und berücksichtigen Sie zu jeder Seite einen Abstand von etwa zwei gewöhnlichen Häusern (etwa 15 Meter zu jeder Seite). Beziehen Sie nur diesen Bereich und das Grundstück der Zielperson mit ein, wenn Sie diese Fragen beantworten. Möglicherweise gibt es zu keiner Seite weitere (bebaute) Grundstücke. Schätzen Sie dann einfach den Bereich, den zwei „gewöhnliche“ Häuser zu jeder Seite einnehmen würden. Beachten Sie, dass Sie sich im Falle eines Wohnblocks auf den Bereich zu beiden Seiten des gesamten Gebäudes beziehen und NICHT nur auf die einzelne Wohnung, in der die Zielperson lebt.</p>
<p><b>N1. In welcher Art von Gebäude wohnt die Befragungsperson?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Landwirtschaftliches Wohngebäude</li> <li>2. Einfamilienhaus</li> <li>3. Einfamilienhaus als Doppelhaushälfte</li> <li>4. Einfamilienhaus als Reihenhäuser</li> <li>5. Wohnung in einem Büro- oder Geschäftshaus/kein reines Wohnhaus</li> <li>6. Mehrfamilienhaus/Hochhaus</li> <li>7. Studentenwohnheim/einzelnes Zimmer (zur Untermiete)</li> <li>8. Altenheim</li> <li>9. Wohnwagen oder Hausboot</li> <li>10. Sonstiges Haus/Gebäude</li> <li>88. Weiß nicht</li> </ol>	<p><b>N4. In welchem Umfang haben Sie Müll bzw. Abfall in der unmittelbaren Umgebung des Hauses der Befragungsperson wahrgenommen?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Viel</li> <li>2. Etwas</li> <li>3. Wenig</li> <li>4. Gar nicht</li> </ol>
<p><b>N2. Gibt es eine Gegensprechanlage oder ein verschlossenes Tor/eine verschlossene Tür, so dass Sie die Befragungsperson nicht direkt an ihrer Haustüre kontaktieren können?</b></p> <p> Aussage für den Moment, in dem der Fragebogen zum Wohnumfeld ausgefüllt wird.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ja – Gegensprechanlage</li> <li>2. Ja – verschlossene Tür/verschlossenes Tor</li> <li>3. Ja – Gegensprechanlage und verschlossene Tür/verschlossenes Tor</li> <li>4. Nein – weder noch</li> </ol>	<p><b>N5. In welchem Umfang haben Sie beschmierte Hauswände (Graffiti), mutwillig zerstörtes Eigentum oder Vandalismus (z. B. eingeschlagene Fenster) in der unmittelbaren Umgebung des Hauses der Befragungsperson wahrgenommen?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Viel</li> <li>2. Etwas</li> <li>3. Wenig</li> <li>4. Gar nicht</li> </ol>
<p><b>N3. Wie beurteilen Sie alles in allem den Zustand dieses Hauses/Gebäudes?</b></p> <p> Berücksichtigen Sie die folgenden Dinge, wenn Sie den allgemeinen Zustand des Gebäudes oder Hauses beurteilen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Probleme mit dem Dach (z. B. ein durchhängendes Dach; fehlende Überdachung)</li> <li>2. Probleme mit den Fenstern (z. B. vernagelte Fenster oder zerbrochene Fensterscheiben)</li> <li>3. Sonstige Probleme (z. B. schiefe Außenwände, beschädigter Putz oder Außenanstrich, Probleme mit den Dachrinnen)</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sehr guter Zustand</li> <li>2. Guter Zustand</li> <li>3. Zufriedenstellender Zustand</li> <li>4. Schlechter Zustand</li> <li>5. Sehr schlechter Zustand</li> </ol>	<p>5494/2016</p>

Ergebnisbroschüre Kunstquiz

## Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

**Ihr Team Freizeit und Kultur**

Projektleitung: **Prof. Dr. Gunnar Otte**  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Institut für Soziologie  
Jakob-Welder-Weg 12  
55128 Mainz

Wissenschaftliche Mitarbeiter: **Anna Forke, M.Sc.**  
**Holger Lübbe, M.A.**

Studentische Hilfskräfte: **Dave Balzer, B.A.**  
**Nina Wierczeiko, B.A.**

Bei weiteren Fragen schreiben Sie uns gerne eine E-Mail an  
**kontakt@kultur.uni-mainz.de**

## KUNSTQUIZ MUSTERLÖSUNG






Gotik - Das Paradiesgärtlein  
Oberrheinischer Meister  
(1410-20)

Renaissance - Weibliches Idealbildnis  
der Simonetta Vespucci -  
Sandro Botticelli (1480)

Barock - Stilleben mit Büchern, Violine,  
Totenschädel und Stundenglas -  
Rembrandt (1627)

Rokoko - Der Raub der Europa  
Francois Boucher  
(1747)

Romantik - Der Wanderer über dem  
Nebelmeer - Caspar David Friedrich  
(1818)

Realismus - Landschaft bei  
Maizères - Gustave Courbet  
(1865)

(Post-)Impressionismus-  
Sternennacht - Vincent van Gogh  
(1889)


Kubismus- Les Femmes d'Alger -  
Pablo Picasso (1907)

Expressionismus - Der rote Turm in  
Halle - Ernst Ludwig Kirchner  
(1915)


Symbolismus - Der Verrat der Bilder -  
René Magritte (1927)

Pop-Art - M-Maybe  
Roy Lichtenstein  
(1965)


Zeitgenössische Malerei -  
Abstraktes Bild Nr. 599 -  
Gerhard Richter (1966)




**Bild H** zählt zu den Aktgemälden.  
**I** ist das Bild mit der realistischsten Darstellung.  
**Bild E** besteht nur aus Grundfarben.  
Die **Bilder C** und **H** sind symmetrisch aufgebaut.  
**F** ist ein gutes Beispiel für eine Übereckperspektive, die mindestens 2 Fluchtpunkte besitzt.  
**Bild D** ist ein Idealbildnis.  
In den **Bildern F** und **D** befinden sich wichtige Bildelemente genau auf dem Goldenen Schnitt, nämlich der Turmsockel und das Medaillon.  
Ein pastoser Farbauftrag ist für die **Bilder A** und **B** kennzeichnend.  
**Bild F** ist ein gutes Beispiel für einen komplementären Farbkontrast, und zwar blau und orange.  
**Bild G** ist ein Bild mit Bedeutungsperspektive, da Maria (die Mutter Gottes) gegenüber allen anderen Bildelementen vergrößert dargestellt ist.



Dieses Gemälde von Rembrandt ist ein für die Kunstpepoche des Barock typisches Vanitas-Stilleben. Sämtliche Motive stehen dann symbolisch für die Vergänglichkeit des Lebens und der Schönheit. Um die Bildaussage abzumildern, eignen sich Symbole mit entgegengesetzter Bedeutung, d.h. Gegenstände und Dinge, die für das Leben, Ewigkeit oder Wiedergeburt stehen. Hierzu zählen beispielsweise frisches Obst, Marmor, Efeu, Blumen, Schmetterlinge oder aber religiöse Zeichen der Auferstehung, wie das Kreuz.



Dieses Bild erzählt den Mythos vom Raub der Europa, der heute als Sinnbild für die Namensgebung des Kontinents gilt. Zeus, der Göttervater, hat sich in die phönizische Prinzessin Europa verliebt. Er nimmt die Gestalt eines Stieres an, um sie zu entführen. In dieser Szene sitzt Europa noch völlig ahnungslos auf Zeus Rücken.



Dieses ist ein berühmtes Bild des Symbolismus. René Magritte weist hier den Betrachter darauf hin, dass es sich lediglich um das Bild einer Pfeife und nicht um den realen Gegenstand handelt. Entsprechend des Titels begehrt er damit einen „Verrat an den Bildern“, da die Illusion eines Bildes gerade darin besteht, vergessen zu machen, dass es „nur“ ein Zeichen für etwas anderes ist.

Ergebnisbroschüre Musikquiz

## Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

**Ihr Team Freizeit und Kultur**

Projektleitung: **Prof. Dr. Gunnar Otte**  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Institut für Soziologie  
Jakob-Welder-Weg 12  
55128 Mainz

Wissenschaftliche Mitarbeiter: **Anna Forke, M.Sc.**  
**Holger Lübbe, M.A.**

Studentische Hilfskräfte: **Dave Balzer, B.A.**  
**Nina Wierczeiko, B.A.**

Bei weiteren Fragen schreiben Sie uns gerne eine E-Mail an  
[kontakt@kultur.uni-mainz.de](mailto:kontakt@kultur.uni-mainz.de)

## MUSIKQUIZ MUSTERLÖSUNG








**Höraufgabe 1**


Folgende Instrumente waren zu hören:

1. Harfe
2. Klarinette
3. Cello





**4 Musikalische Werke und Komponisten**

Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band: **Beatles**  
Rhapsody in Blue: **George Gershwin**  
Farbenspiel: **Helene Fischer**  
Kind of Blue: **Miles Davis**  
We can't Dance: **Genesis**  
La Traviata: **Giuseppe Verdi**  
West Side Story: **Leonard Bernstein**  
Das wohltemperierte Klavier: **J. S. Bach**  
Lauschgitt: **Die Fantastischen Vier**  
Trans Europa Express: **Kraftwerk**  
Keine Macht für Niemand: **Ton Steine Scherben**  
The Dark Side of the Moon: **Pink Floyd**



**6 Harmonie und Melodie**

Bei dieser Note handelt es sich um ein „C“:

Bei diesem Liedanfang handelt es sich um das bekannte Weihnachtslied „Jingle Bells“:

Eine Kadenz ist eine Akkordfolge, die ein Stück zum Abschluss führt. Die C-Dur-Tonleiter besteht aus den Tönen: c, d, e, f, g, a, h, c. Ein wichtiger Teil in Hip-Hop-Gruppen sind die Rapper, die auch als MC (Master of Ceremonies) bezeichnet werden.

**1 Klang/Sound**


Eine Gitarre hat 6 Saiten. Der Kammerton, nach dem Instrumente gestimmt werden, ist der Ton a. Die Anweisung „staccato“ besagt, dass Töne unverbunden bzw. abgehackt gespielt werden sollen. „Overdrive“ bezeichnet einen verzerrten Klang. Ein Streichquartett besteht aus zwei Geigen, einer Bratsche und einem Cello.

**2 Liedtexte und Musikstil**


Jazz: „Fly me to the moon“  
Hip Hop / Rap: „Biggie, Biggie, Biggie, can't you see, sometimes your words just hypnotize me“  
Elektronische Musik / Techno: „Around the world, around the world“  
Musical: „Es grünt so grün, wenn Spaniers Blüten blühen“, „Let's do the time-warp again“  
Oper: „O wie so trügerisch sind Weiberherzen“  
Pop: „Just like a prayer you know I'll take you there“  
Rock: „I can't get no satisfaction“  
Schlager: „Ein Freund, ein guter Freund, das ist das Beste, was es gibt auf der Welt“  
Volkslied: „Greensleeves was all my joy, Greensleeves was my delight“, „Die Gedanken sind frei, wer kann sie erraten“  
Hardrock / Heavy Metal: „Du hast, Du hast mich“

**5 Rhythmus**

Das ist eine Viertelnote:



Der Walzeranz wird klassisch im 3/4-Takt getanzt. Der Rhythmus im Jazz ist durch Offbeats gekennzeichnet. Ein typischer Popsong im Radio liegt bei 90-110 Beats per Minute. Eine Synkope ist eine künstlerische Verschiebung der rhythmischen Betonung.



**Höraufgabe 2**

Folgende Takte waren zu hören:

1. 3/4-Takt
2. 2/4-Takt
3. 5/4-Takt

**Interviewerhandbuch**

infas

Interviewerhandbuch

Freizeit und Kultur in Deutschland –  
Haupterhebung 2018

Juli 2018

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

**inf**as



infas

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Basisinformationen zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Vor dem Interview</b>	<b>7</b>
2.1	Zielpersonen	7
2.2	Erstanschreiben	7
2.3	Einsatz des Studienflyers	8
2.4	Incentives	8
2.5	Materialien für diese Befragung	8
<b>3</b>	<b>In der Interviewsituation</b>	<b>9</b>
3.1	Das Listenheft für die Zielperson	9
3.2	Einwilligung zur Adressspeicherung (Panelbereitschaft)	9
3.3	Nach dem Interview: Interviewerfragen	10
<b>4</b>	<b>Übersicht über die Themenbereiche des Fragebogens</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>Inhaltliche Hinweise zu ausgewählten Fragen</b>	<b>13</b>
5.1	Vignettenmodul DK4	13
5.1.1	Ablauf	14
5.2	Musikquiz	16
5.2.1	Für das Musikquiz benötigen Sie	16
5.2.2	Inhalte des Quiz	16
5.3	Kunstquiz	17
5.3.1	Für das Kunstquiz benötigen Sie	17
5.3.2	Inhalte und Aufbau des Quiz	17
	<b>Anhang</b>	<b>19</b>

**Liebe Interviewerin, lieber Interviewer,**

mit diesen Unterlagen erhalten Sie grundlegende Informationen sowie das Befragungsmaterial für die Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“, die infas im Auftrag der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchführt. Bundesweit werden dazu 3.000 Personen ab dem Alter von 15 Jahren befragt. Die Studie stellt die bisher größte wissenschaftliche Untersuchung zu diesem Thema in Deutschland dar. **Das Hauptfeld der Befragung startet dann im Juli 2018.**

In der Befragung werden ganz verschiedene Themenbereiche angesprochen. Es werden Fragen gestellt wie z.B.:

- Was tun Sie am liebsten in Ihrer Freizeit? Und: wie viel freie Zeit haben Sie eigentlich zur Verfügung?
- Welche kulturellen Angebote (z.B. Film, Fernsehen, Literatur und Musik) nutzen Sie gerne – und warum?
- Warum gefallen Ihnen bestimmte Filme, Bücher oder Bilder – und warum andere nicht?

Auch sind im Fragenprogramm soziodemographische Fragen zum Haushalt, zu Geschlecht, Alter, Bildung und Beruf der Befragungsperson und ihres/r Partners/in, zum Haushaltseinkommen und zum Familienstand enthalten.

Für einen Teil der Zielpersonen gibt es am Ende des Fragebogens ein kleines Quiz, entweder zum Thema „Musik“ oder zum Thema „Kunst“.

Im Mai 2018 wurde ein Pretest bei 100 Personen durchgeführt. Die allgemeine Beurteilung des Fragebogens (sowie der Einsatzmaterialien) war sehr positiv. Auch inhaltlich haben sich die Fragen für die Zielpersonen als gut verständlich erwiesen.

Das Fragenprogramm ist umfanglich. Mit einer Befragungsdauer von gut 60 Minuten ist sicher zu rechnen.

Es ist sichergestellt, dass alle Angaben der Zielpersonen anonym, d.h. ohne Namen und Adresse ausgewertet werden. Die Untersuchung unterliegt allen gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzes.

**Nehmen Sie sich in jedem Fall Zeit, die Unterlagen vor Ihrem ersten Interview gründlich zu studieren.** Für Rückfragen – auch wenn Unterlagen fehlen sollten oder nicht ausreichen – steht Ihnen Ihr Ansprechpartner in der Feldabteilung zur Verfügung.

## 1 Basisinformationen zur Studie

In der heutigen Zeit ist die Freizeit ein Lebensbereich, der für die Identität und die Lebensqualität der Menschen in westlichen Gesellschaften äußerst wichtig ist. In der Wissenschaft werden bislang schwerpunktmäßig nur andere Lebensbereiche wie Arbeit, Familie und Politik untersucht. Dazu gibt es viele große Umfrageprogramme. Wir möchten den wissenschaftlichen und öffentlichen Kenntnisstand nun um den Bereich Freizeit und Kultur erweitern.

Unter dem Titel „Freizeit und Kultur in Deutschland“ führt die Johannes Gutenberg-Universität Mainz daher eine repräsentative Bevölkerungsumfrage in ganz Deutschland durch, die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanziell gefördert wird.

Die Umfrage zielt auf eine breite Erhebung von Daten zum Freizeit- und Kulturverhalten der Bevölkerung in Deutschland ab dem 15. Lebensjahr. Es gibt mehrere inhaltliche Schwerpunkte:

- Freizeitverhalten: Welche inner- und außerhäuslichen Freizeitaktivitäten üben die Menschen aus? Inwiefern hängen die Aktivitäten von ihrer Erwerbssituation, ihrem Haushalts- und Familienkontext, ihren Einkommensverhältnissen und ihrem Freizeitumfang ab?
- Fünf Schwerpunktbereiche: Vertieft werden die Bereiche Musik, Film/Fernsehen, Literatur, Theater/darstellende Kunst und bildende Kunst behandelt. Wer beteiligt sich an welchen Angeboten und Aktivitäten und in welchem Ausmaß geschieht das? Durch welche individuellen und regionalen Einflussfaktoren werden diese Aktivitäten bedingt bzw. behindert?
- Kultureller Geschmack: In den genannten Bereichen werden auch die geschmacklichen Vorlieben erfragt. Zum Beispiel: Welche Musik und welche Filme gefallen den Menschen? Wer sind die Lieblingsschriftsteller?
- Sozialisation: Wir möchten herausfinden, inwieweit die Eltern eine Vorbildfunktion in der Kindheit der befragten Personen hatten und sie in ihren Freizeitaktivitäten und kulturellen Vorlieben geprägt haben. Auch der Einfluss der Schule wird einbezogen. So untersuchen wir, wer zu welchem Zeitpunkt mit dem Spielen eines Musikinstruments begonnen hat und wie sich dieses Hobby im weiteren Leben bis zur Gegenwart entwickelt.
- Kulturelle Bildung: Wie verbreitet sind kulturelle Kenntnisse in der Bevölkerung? Wir untersuchen dies für einen Teil der Stichprobe am Beispiel von Musik und Malerei und haben dafür jeweils ein unterhaltsames Quiz entwickelt (jeweils für 10% der Gesamtstichprobe). Wir möchten herausfinden, wie die Kenntnisse in diesen Bereichen mit den kulturellen Vorlieben der Menschen und mit den Rezeptionsweisen von Musik und Kunst zusammenhängen.

Mit diesem Zuschnitt, d.h. der inhaltlichen Breite und Tiefe der erhobenen Informationen sowie der angestrebten Repräsentativität ist die Umfrage für Deutschland einmalig. Im Unterschied zu anderen Ländern, in denen eine lange Tradition der Freizeit- und Kulturberichterstattung besteht (z.B. Frankreich, Niederlande, Belgien, Großbritannien, USA), gibt es in Deutschland bisher keine wissenschaftlich belastbaren Erkenntnisse zu diesen Fragen.

Aufgrund der begrenzten Umfragezeit können manche Freizeitaktivitäten nur oberflächlich behandelt werden, etwa der Sport und das Vereinsleben. Möglicherweise werden diese Gebiete in einer Folgestudie in den nächsten Jahren vertieft.

Die Umfrageergebnisse sind für eine Vielzahl wissenschaftlicher, öffentlicher, kultur- und bildungspolitischer Interessen relevant. Folgende Zwecke bzw. Nutzer werden mit den Umfragedaten erreicht:

- Wissenschaft und Forschung: In erster Linie soll ein Datensatz bereitgestellt werden, mit dem sich eine Vielzahl wissenschaftlicher Forschungsfragen bearbeitet werden lässt. Die Umfrage dient der Klärung grundlegender wissenschaftlicher Fragen und der Überprüfung von Hypothesen aus unterschiedlichen Fachgebieten (Soziologie, Wirtschaftswissenschaften, Psychologie, Pädagogik, Kunst-, Kultur- und Medienwissenschaften). Grundsätzlich geht es um den weitläufigen Fragekomplex, wie der kulturelle Geschmack und die Aktivitätsmuster der Menschen in der Freizeit entstehen und wie sie zu erklären sind. Z.B. soll herausgefunden werden, welche Rolle die Prägung durch das Elternhaus für die aktuelle Beteiligung am Kulturangebot spielt und wie stark die Freizeitaktivitäten vom Einkommen und anderen Lebensumständen der Menschen abhängen. Zu solchen Fragen gibt es bisher wenig fundierte Erkenntnisse.
- Kultureinrichtungen, Kulturschaffende und Kulturpolitik: Freizeit- und Kulturanbieter wie auch die Kulturpolitik haben ein großes Interesse an Informationen zum Konsum und zur öffentlichen Unterstützung von Kunst und Kultur. Die Umfrage trägt dazu bei, mehr über die Nutzer und vor allem die Nichtnutzer kultureller Angebote zu erfahren. Welche Angebote sind für welche gesellschaftlichen Gruppen relevant? Welche Barrieren des Zugangs gibt es? Welche Kulturangebote sind aus Sicht der Bevölkerung förderungswürdig und welche nicht? In welchem Verhältnis stehen die Rezeption klassischer, öffentlich geförderter Kulturangebote (z.B. Oper, Theater, Museen) und die Nachfrage nach populärkulturellen, kommerziellen Angeboten (z.B. Kino, Pop- und Rockmusik)? In der Umfrage haben die Befragten die Möglichkeit, Meinungen und Standpunkte abzugeben, die indirekt Einfluss auf kulturpolitische Entscheidungen haben können.
- Bildungspolitik: Bildungspolitisch wird aktuell davon ausgegangen, dass die kulturelle Bildung ein Schlüssel ist, um Herausforderungen wie die Digitalisierung und Globalisierung zu bewältigen. Die Ergebnisse der Studie können genutzt werden, um Wirkungen allgemeiner Förderstrukturen im schulischen und außerschulischen Bereich besser abschätzen zu können.
- Kulturberichterstattung in Deutschland und in der Europäischen Union. Deutschland steht derzeit am Beginn des Aufbaus einer regelmäßigen Kulturberichterstattung im Rahmen der amtlichen Statistik (Statistisches Bundesamt und statistische Länderämter). Auch in der Europäischen Union gibt es Bestrebungen, ein harmonisiertes Kulturmonitoring für die Mitgliedsländer aufzubauen. Die Bereitstellung der Daten wird hierfür einen wichtigen Beitrag leisten und den Kultur- und Bildungsstandort Deutschland stärken.

## 2 Vor dem Interview

Zur Durchführung der Interviews benötigen Sie folgende Unterlagen:

- Laptop mit dem Fragenprogramm inkl. Maus und Netzteil
- Ansichtsexemplar des Zielpersonenanschreibens / Datenschutzblatt
- Studienflyer
- Listenheft
- Umschlag „Material für Kunstquiz“ mit Kartenspiel (12 Bildkarten) + Liste 59 mit 5 Karten
- Ergebnisbroschüre Kunstquiz
- Ergebnisbroschüre Musikquiz
- Panelblatt

**Bitte vor jedem Interview die Lautstärkeeinstellung an Ihrem Laptop überprüfen!**

**WICHTIG!**

### 2.1 Zielpersonen

Zur Zielgruppe gehören alle Personen, die mindestens 15 Jahre alt sind und in Deutschland in einem Privathaushalt leben. Die deutsche Staatsbürgerschaft ist nicht notwendig. Aus pragmatischen Gründen ist jedoch die Beherrschung der deutschen Sprache erforderlich. Eine Übersetzung der Interviewfragen durch Sie oder auch Familienmitglieder sollte nicht erfolgen.

Bei der Stichprobe handelt es sich um eine Einwohnermeldeamtsstichprobe, bei der die Zielpersonen zufällig aus den Melderegistern der Gemeinden gezogen wurden. Daher sind Name und Adresse der Zielpersonen bekannt, bevor Sie Ihren ersten Kontaktversuch starten.

Damit eine Studie auf die Daten der Einwohnermeldeämter zurückgreifen darf, muss die Studie im öffentlichen Interesse liegen. Dies wurde der Studie „Freizeit und Kultur in Deutschland 2018“ durch den Geldgeber, das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), bescheinigt. Bei Nachfragen der Zielpersonen nach der Herkunft ihrer Adresse teilen Sie bitte mit, dass diese aufgrund des öffentlichen Interesses der Studie aus den Melderegistern zufällig gezogen werden durfte.

### 2.2 Erstanschreiben

Ein Vorteil einer Einwohnermeldeamtsstichprobe ist, dass ein Anschreiben personalisiert im Voraus an die Zielperson verschickt werden kann. Der Versand erfolgt wenige Tage vor Feldbeginn zentral durch infas. Sie können bei Ihrem ersten Kontaktversuch immer darauf Bezug nehmen. Eine rasche Erstkontaktierung ist wichtig, damit das Anschreiben bei den Zielpersonen nicht in Vergessenheit gerät. Das Erstanschreiben finden Sie im Anhang abgedruckt.

**Nehmen Sie Kopien des Anschreibens inkl. Datenschutzblatt mit, wenn Sie ins Feld gehen,** damit Sie der Zielperson eine Kopie geben können, wenn diese das Anschreiben nicht empfangen hat oder sich nicht daran erinnern kann.

### 2.3 Einsatz des Studienflyers

Der Studienflyer liefert noch einmal in einfachen Worten Informationen zum Hintergrund der Studie, zum Ablauf und zu den Themen der Befragung etc. Um die Motivation zur Teilnahme zu erhöhen, wurde der **Flyer** in dieser Studie bereits **zusammen mit dem Erstanschreiben** an alle Zielpersonen **versendet**.

Zusätzlich geben wir Ihnen noch einige weitere Exemplare an die Hand, die Sie bei Bedarf übergeben können, wenn die Zielperson den Flyer nicht erhalten hat oder sich nicht daran erinnern kann.

Der Studienflyer kann und soll Ihre persönlichen Ausführungen und Ihre Motivationsarbeit nicht ersetzen, sondern als flankierende Maßnahme unterstützen. Sollte Interesse bestehen, dürfen die Zielpersonen den Flyer selbstverständlich behalten!

### 2.4 Incentives

Als Dankeschön für ihre Teilnahme erhalten die Zielpersonen, die ein Interview mitgemacht haben, **10 Euro in bar**. Das Dankeschön wird den Zielpersonen ca. zwei Wochen nach dem Interview von infas postalisch zugesandt.

### 2.5 Materialien für diese Befragung

Die folgenden Materialien haben Sie für Ihren Einsatz erhalten:

- Laptop mit dem Fragenprogramm inkl. Netzteil
- Adressblatt
- Ansichtsexemplar des Zielpersonenanschreibens / Datenschutzblattes
- Studienflyer für die Zielpersonen
- Karte mit Rücklaufcodes
- Listenheft
- Umschlag „Material für Kunstquiz“ mit Kartenspiel (12 Bildkarten) + Liste 59 (mit 5 Karten)
- Ergebnisbroschüre Kunstquiz
- Ergebnisbroschüre Musikquiz
- Formular mit der Einverständniserklärung zu einer weiteren Befragung mit portofreiem Rückumschlag

### 3 In der Interviewsituation

#### 3.1 Das Listenheft für die Zielperson

Das „Listenheft“ wird der Zielperson zu **Beginn des Interviews übergeben** und **am Ende wieder mitgenommen**. Die in dem Heft enthaltenen Listen sind in der Reihenfolge der Fragen sortiert und entsprechend mit einer Listennummer versehen. **Viele Listen sind ähnlich, aber sie sind darum nicht gleich!** Es kommt hier sehr auf die einzelnen Formulierungen bei den Antwortskalen an. Eine Ähnlichkeit sollte nicht dazu verführen, die Listen zu vernachlässigen, weil man glaubt, Vorgaben auswendig zu wissen. Da dies zu Datenfehlern führen kann, müssen Sie hier besonders aufmerksam alle Einstufungen mitverfolgen.

Bitte halten Sie sich im Umgang mit dem Listenheft während der Interviewsituation an folgende Regeln:

- Weisen Sie die Zielperson darauf hin, welche Liste aufzuschlagen ist.
- Überzeugen Sie sich, ob die richtige Liste vorliegt.
- Achten Sie darauf, dass die Listen auch wirklich verwendet werden.

#### Besonderheit Liste 59 (nur bei Kunstquiz)

- Liste 59 befindet sich NICHT im Listenheft, sondern im Umschlag „Material für Kunstquiz“
- Die Liste besteht aus 5 Karten mit Bewertungskategorien, die vor der ZP auf den Tisch nebeneinander ausgelegt werden:

Gefällt mir gar nicht  1	Gefällt mir eher nicht  2	Gefällt mir mittelmäßig  3	Gefällt mir eher gut  4	Gefällt mir sehr gut  5
-----------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

#### 3.2 Einwilligung zur Adressspeicherung (Panelbereitschaft)

Um zu verstehen, wie sich das Freizeitverhalten und die kulturellen Interessen der Menschen im Zeitverlauf verändern, möchte die Universität Mainz mit allen Befragten zu einem späteren Zeitpunkt weitere Befragungen durchführen.

Zum Zweck der Adressspeicherung für eine erneute Kontaktierung setzt das Datenschutzgesetz ein Einverständnis der Zielperson voraus. Im Interview bitten wir die Zielperson um eine solche Einverständniserklärung und klären sie in dem Zusammenhang auch über den Umgang mit den Daten auf. Dazu dient ein eigenes Formular, die sogenannte „Einverständniserklärung zur Aufbewahrung der Adressdaten für eine weitere Befragung im Projekt „Freizeit und Kultur in Deutschland“ („Panelblatt“).

**Wichtig:** Bei der Adressspeicherung bleibt absolut sichergestellt, dass alle datenschutzrechtlichen Bestimmungen strengstens eingehalten werden und dass keine Weitergabe der Daten an Dritte erfolgt.

Das Einverständnis zur Adressspeicherung holen Sie am Ende des Interviews ein und gehen dabei folgendermaßen vor:

- Lesen Sie die im CAPI-Programm eingeblendete Frage zur Panelbereitschaft vollständig vor.
- Übergeben Sie anschließend das Panelblatt und holen Sie die Panelbereitschaft **mit der Unterschrift der Zielperson** auf dem Formular ein (Einverständniserklärung zur Aufbewahrung der Adressdaten für eine weitere Befragung im Projekt „Freizeit und Kultur in Deutschland“).
- Schicken Sie das unterschriebene Panelblatt zeitnah an infas zurück.
- Wenn die Zielperson ihr Einverständnis zur Adressspeicherung durch ihre Unterschrift nicht direkt erteilen möchte, lassen Sie ihr das Panelformular da und verlisten Sie dies entsprechend im CAPI-Programm. Die Zielpersonen können es dann mit einem freigemachten Rückumschlag direkt an infas versenden. Man kann diesen Weg in Einzelfällen anbieten (Rückumschläge sind vorbereitet). Allerdings sollte es der Regelfall sein, dass die Zielpersonen das Panelblatt unterschreiben und Sie es direkt mitnehmen.

Es kann in Einzelfällen vorkommen, dass Zielpersonen ein „Duplikat“ des Formulars bei sich behalten wollen, schließlich geben die Personen ja eine schriftliche Einwilligung ab. In einem solchen Fall können Sie das Panelblatt dann zweifach unterschreiben lassen. Das eine Exemplar nehmen Sie direkt mit, das andere Exemplar verbleibt bei der Zielperson. Mit Ihren Materialien wird eine genügende Menge an Blanko-Panelblättern ausgegeben.

### 3.3 Nach dem Interview: Interviewerfragen

Direkt nach Abschluss des Interviews kommen noch im Frageprogramm Interviewerfragen zum Verlauf des Interviews sowie drei Fragen zum Wohnumfeld.



inf

#### 4 Übersicht über die Themenbereiche des Fragebogens

In der Befragung werden ganz verschiedene Themenbereiche angesprochen. Es werden Fragen gestellt zu folgenden Themen:

- Freizeit / Kulturangebote
- Musik
- Film
- Literatur
- Darstellende Kunst
- Bildende Kunst
- Kulturelle Aktivitäten und Weiterbildung
- Kulturelle Sozialisation
- Politik
- Soziodemographie

In der Haupterhebung werden 7 verschiedene Fragebogenversionen eingesetzt.

D.h. nicht jede Person erhält immer die gleichen Fragen, sondern die Fragen unterscheiden sich, je nachdem, welche Fragebogenversion der Zielperson zugewiesen wird.

Und für 2 Gruppen gibt es am Ende, nach dem normalen Fragebogendurchlauf, noch zusätzlich entweder einen Kunstquiz oder einen Musikquiz.

**Die Zuweisung zu einer der 7 Versionen erfolgt erst zum Interviewstart! D.h. auch Sie als Interviewer erfahren immer erst zu Beginn des Interviews, welche Fragebogenversion jetzt eingesetzt wird.**

**WICHTIG!**

**Bitte nehmen Sie zu jedem Interview immer alle Unterlagen mit!**

5849 Interviewerhandbuch Haupterhebung

**Tabelle 1 Übersicht über die Fragebogenversionen**

Module	Fragebogenversion						
	1 MUS	2 FIL	3 LIT	4 DAR	5 BIL	6 mit Kunst- quiz	7 mit Musik- quiz
Freizeit / Kulturangebote							
Musik							Song- varianten
Film							
Literatur							
Darstellende Kunst		Vignette	Vignette	Vignette	Vignette		
Bildende Kunst						Bild- rezeption	
Kulturelle Aktivitäten und Weiterbildung							
Kulturelle Sozialisation							
Politik							
Soziodemographie							
Kunstquiz						Kunst- quiz	
Musikquiz							Mu- sikquiz

## 5 Inhaltliche Hinweise zu ausgewählten Fragen

### 5.1 Vignettenmodul DK4

In den Fragebogenversionen 2-5 erhalten die Befragten ein sogenanntes Vignettenmodul. Die Fragen in diesem Modul sollen die Befragten selbst am Laptop lesen und beantworten. Das Vignettenmodul wird nur vorgelegt wenn der Befragte zuvor angegeben hat, in den letzten 12 Monaten mindestens eine Theateraufführung besucht zu haben.

**Nach der Einstiegsfrage übergeben Sie den Laptop an den Befragten und der Befragte bearbeitet die Fragen am Bildschirm selbstständig.**

**WICHTIG!**

Jede Person erhält 6 Kurzbeschreibungen von Theateraufführungen (Vignetten A, B, C, D, E und F). Zu jeder Vignette werden immer zwei Fragen gestellt, erst zur Unterstützung durch öffentliche Gelder, dann zur Besuchsabsicht. Die beiden Fragen werden jeweils nacheinander eingeblendet.

Für diese Fragen wird die Antwortskala als Bild eingeblendet, siehe dazu Abbildung. Unter der Antwortskala befindet sich ein Eingabefeld, dort soll die Zielperson selbst ihre Antwort eingeben.

**Bei Bedarf helfen Sie der Zielperson bei der Eingabe!**

The screenshot shows a survey window with a menu bar (Actions, New, Help) and buttons for OK, Clear, Antwort verweigert, and Weiß nicht. The main content area contains:

**Kurzbeschreibung A**  
**Auf einer einfachen, nüchternen Theaterbühne wird ein heiteres Stück aufgeführt. Es ist ein neueres Stück, das modern inszeniert wird. Die aktuelle gesellschaftliche Situation wird nicht thematisiert. Nacktheit und Gewalt werden dargestellt.**

**Erste Frage**  
**Sollte die beschriebene Theateraufführung Ihrer Meinung nach mit öffentlichen Geldern unterstützt werden?**  
**Antworten Sie bitte mit dieser Skala von 0 bis 10. 0 bedeutet „auf keinen Fall“ und 10 bedeutet „auf jeden Fall“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Antwort abstimmen.**

Below the text is a Likert scale with 11 radio buttons labeled 0 to 10. The scale is flanked by the text "Auf keinen Fall" and "Auf jeden Fall". A red box highlights the scale, and a red arrow points to the input field below it, which contains the number "8".

### 5.1.1 Ablauf

Nach der Einstiegsfrage übergeben Sie den Laptop an den Befragten:

---

#### **Einstiegsfrage:**

„Viele Theater in Deutschland werden mit öffentlichen Mitteln unterstützt. Dazu folgen nun einige Fragen, bei denen wir Sie bitten möchten, die Fragen selbst durchzulesen und zu beantworten.

Ich lege Ihnen ein paar Kurzbeschreibungen verschiedener Theateraufführungen vor und würde gern zwei Dinge von Ihnen wissen. Erstens: Sind die Aufführungen es Ihrer Meinung nach wert, mit öffentlichen Geldern unterstützt zu werden? Zweitens: Können Sie sich vorstellen, die Aufführungen selbst zu besuchen?

Lesen Sie sich bitte zunächst die erste Kurzbeschreibung in Ruhe durch. Dazu drehe ich den Bildschirm nun zu Ihnen.“

---

**INT: Bitte übergeben Sie den Laptop nun an den Befragten und drehen Sie den Bildschirm so, dass der Befragte die Kurzbeschreibung am Bildschirm lesen kann.**

---

Die Zielperson sieht dann auf dem Bildschirm die erste Kurzbeschreibung (Kurzbeschreibung A) mit der ersten Frage:

---

#### **Kurzbeschreibung A:**

„Auf einer einfachen, nüchternen Theaterbühne wird ein heiteres Stück aufgeführt. Es ist ein neueres Stück, das modern inszeniert wird. Die aktuelle gesellschaftliche Situation wird nicht thematisiert. Nacktheit und Gewalt werden dargestellt.“

#### **Erste Frage:**

„Sollte die beschriebene Theateraufführung Ihrer Meinung nach mit öffentlichen Geldern unterstützt werden?“

Antworten Sie bitte mit dieser Skala von 0 bis 10. 0 bedeutet „auf keinen Fall“ und 10 bedeutet „auf jeden Fall“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Antwort abstufen.“

---

infas

Danach bleibt die erste Kurzbeschreibung (Kurzbeschreibung A) auf dem Bildschirm stehen und es wird die zweite Frage eingeblendet:

**Kurzbeschreibung A:**

„Auf einer einfachen, nüchternen Theaterbühne wird ein heiteres Stück aufgeführt. Es ist ein neueres Stück, das modern inszeniert wird. Die aktuelle gesellschaftliche Situation wird nicht thematisiert. Nacktheit und Gewalt werden dargestellt.“

**Nun die zweite Frage:**

„Stellen Sie sich vor, das Stück ist unter Kritikern umstritten und der Eintritt kostet 35 Euro. Würden Sie diese Aufführung besuchen?“

Antworten Sie bitte mit derselben Antwortskala.

**Für diese Fragen wird die Antwortskala als Bild eingeblendet. Darunter befindet sich ein Eingabefeld, dort soll die Zielperson selbst ihre Antwort eingeben.**

**Bei Bedarf helfen Sie der Zielperson bei der Eingabe!**

**WICHTIG!**

Weiter geht es dann mit Vignette B, C etc. (insgesamt 6 Durchläufe). Nach der letzten Vignette wird der Befragte aufgefordert, den Laptop wieder an Sie zurückzugeben:

Vielen Dank für die Beantwortung der Fragen!

Bitte übergeben Sie den Laptop nun wieder der Interviewerin bzw. dem Interviewer. Die Befragung wird danach wie zuvor weitergeführt.

1: weiter

Ab hier übernehmen Sie den Laptop wieder.

## 5.2 Musikquiz

### 5.2.1 Für das Musikquiz benötigen Sie

**Eine möglichst ruhige und störungsfreie Umgebung**

Achten Sie darauf, dass keine sonstige Musik im Raum läuft und schalten Sie Geräuschquellen wie z.B. Fernseher oder Radios ab

**Ergebnisbroschüre Musikquiz**

Bitte nach dem Quiz an die Zielperson übergeben

**Vorbereitung:** Bitte überprüfen Sie die Lautstärkeinstellung an Ihrem Rechner.

### 5.2.2 Inhalte des Quiz

**Zuordnen von Liedtexten zu Musikrichtungen**

Sie lesen den Befragten Textstellen von mehr oder weniger bekannten Liedern vor und die Befragten sollen die Lieder einem Musikstil zuordnen.

**Musikinstrumente erkennen**

Den Befragten werden nacheinander drei Aufnahmen von Musikinstrumenten vorgespielt und sie sollen jeweils erraten, um welches Instrument es sich handelt.

**Klang- und Instrumentenkunde**

Die Zielpersonen sollen Fragen zu Musikinstrumenten, Notenzeichen und Klangkunde beantworten.

**Zuordnen von Musikstücken zu Komponisten**

Sie nennen den Befragten Musikstücke und die Zielpersonen müssen diese ihren Schöpfern bzw. Komponisten zuordnen.

**Taktarten erkennen**

Den Befragten werden 3 unterschiedliche Taktarten vorgespielt und die Befragten müssen raten, um welchen Takt es sich handelt.

**Rhythmus- und Tempobezeichnungen erkennen**

Anhand von Listen und Abbildungen aus dem Listenheft müssen befragte Tempo- und Rhythmusbezeichnungen erraten.

**Harmonielehre und Melodik**

Anhand von Listen und Abbildungen aus dem Listenheft müssen befragte Harmonien und Melodien erraten.

infas

### 5.3 Kunstquiz

#### 5.3.1 Für das Kunstquiz benötigen Sie

**Suchen sie sich einen möglichst großen und leeren Tisch, an dem Sie und die Zielperson sitzen können**

Bei Platzmangel können Sie auch den Boden nutzen

**Den Umschlag mit den Materialien zum Kunstquiz:**

- Liste 59 (nicht im Listenheft) und
- die 12 Bilderkarten (die Bilder sind mit den Buchstaben A bis L gekennzeichnet)

**Ergebnisbroschüre Kunstquiz**

Bitte nach dem Quiz an die Zielperson übergeben

**Vorbereitung:**

Legen Sie die 12 Bildkarten (A bis L) unsortiert und mit den Bildern nach oben auf den Tisch.

#### 5.3.2 Inhalte und Aufbau des Quiz

**Kunstepochen raten**

Die Befragten erhalten 12 Bilder von mehr oder weniger bekannten Malern und sollen diese der Entstehung nach in eine zeitliche Reihenfolge bringen.

➡ Aufbau: Alle Bilder (A bis L) liegen unsortiert auf dem Tisch

**Maler, Titel, Stilrichtungen**

Die Befragten sollen, wenn sie können, nähere Angaben zum Maler, zur Stilrichtung bzw. Kunstepoche und/oder zum Titel der Bilder machen.

➡ Aufbau: Alle Bilder (A bis L) bleiben in der von der Zielperson ausgewählten Reihenfolge liegen.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

5849 Interviewerhandbuch Haupterhebung

**Farbe und Form („Finde das richtige Bild!“)**

Sie lesen den Befragten Aussagen über eines der Bilder vor und die Befragten müssen raten, um welches Bild es sich handelt.

- ➔ **Aufbau:** Legen Sie die Bilder J, K und L zur Seite. Die restlichen 9 Bilder werden in drei Reihen mit jeweils drei Bildern ausgelegt.

A	B	C
D	E	F
G	H	I

**Persönlicher Geschmack**

Nun geht es um das persönliche Empfinden der Befragten. Welche Bilder gefallen besonders gut und welche gefallen den Befragten eher nicht?

- ➔ **Aufbau:** Legen Sie nun Liste 60 in der Reihenfolge von 1 bis 5 aus. Damit der Befragte die Bilder A bis I den Bewertungskategorien zuordnen kann. Mehrfachnennungen sind möglich.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

**Symbolverständnis**

Welche Aussagen und welche Botschaft sollen dem Betrachter von ausgewählten Bildern übermittelt werden?

- ➔ **Aufbau:** Räumen Sie die Bilder A bis I weg und holen Sie die Bilder J, K und L hervor.  
Legen Sie zunächst nur Bild L vor.  
Tauschen Sie dann Bild L gegen Bild J und dann Bild J gegen Bild K.  
Der Fragebogen gibt an, wann welches Bild vorgelegt werden muss.

L	J	K
---	---	---

Wir sagen herzlichen Dank und wünschen Ihnen viel Erfolg bei dieser wichtigen Studie!