



SINUS-Studie für die Friedrich-Ebert-Stiftung

Sozialökologische Transformation

Methodenbericht

Heidelberg, September 2023

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

sinus 

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Methodische Anlage der Studie

Online-Befragung mit Quotenstichprobe

- Das Studiendesign basiert auf quantitativen, **bevölkerungsrepräsentativen Befragungen** mit einer Stichprobengröße von mindestens 1.200 Personen je Land. Die Studie wurde in den folgenden 19 Ländern durchgeführt: Dänemark, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Italien, Kanada, Kroatien, Polen, Portugal, Rumänien, Serbien, Slowakei, Spanien, Schweden, Tschechien, Türkei, Ungarn, Vereinigtes Königreich und USA. In allen in die Untersuchung einbezogenen Ländern wurde die Befragung als **Online-Studie** angelegt (CAWI = Computer Assisted Web Interviewing). Online-Befragungen haben den Vorteil, dass sie effizient und kostengünstig durchführbar sind und eine höhere Anonymität gewährleisten als persönlich-mündliche Befragungen (CAPI = Computer-Assisted-Personal-Interviews).
- Voraussetzung für Online-Befragungen ist der Zugang zum Internet. Dabei ist zu berücksichtigen, dass längst noch nicht alle Menschen Zugang zum Internet haben. Das trifft primär auf die ältere Bevölkerung (70+) zu. Daher bildet die **Wohnbevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren** die Grundgesamtheit für die Befragungen in den betrachteten Ländern. Um für die Altersgruppe der 18- bis 69-Jährigen die Vorgabe der Repräsentativität zu erfüllen, wurden in allen Ländern **Quotenstichproben** gezogen. Quotenstichproben basieren auf einer bewussten Auswahl von Zielpersonen. Dabei erfolgt die Zusammensetzung der Stichprobe durch die Festlegung von Quotenmerkmalen.
- Ziel der Erhebung war es, in allen Ländern eine möglichst gute Annäherung an die repräsentativen Randverteilungen der **Quotenmerkmale** Geschlecht, Alter, Bildung und Region zu erreichen. Trotz Festlegung dieser Quoten kann es zu strukturellen Abweichungen von der Grundgesamtheit kommen. Deswegen wurden nach Abschluss der Befragungen die Daten gegenüber Abweichungen von der Grundgesamtheit bereinigt. Dies wurde per faktorieller Gewichtung umgesetzt.
- Den **standardisierten Fragebogen** entwickelte SINUS in enger Abstimmung mit der Friedrich-Ebert-Stiftung. Die **Befragungsdauer** wurde auf 20 Minuten angesetzt. In Vorbereitung der Feldphase wurde der Masterfragebogen für Deutschland programmiert, in die jeweiligen Landessprachen **übersetzt** und an die Länderbesonderheiten angepasst (z.B. Anpassung der Bildungskategorien). Vor dem Start der Befragungen wurde die Programmierung für alle Länder getestet.

Methodische Anlage der Studie

Auswertung der Befragungsergebnisse

- Neben der Differenzierung nach soziodemografischen Merkmalen wurden die Daten nach der **Milieuzugehörigkeit der Befragten** analysiert. Durch die Auswertung der Befunde nach den **Sinus-Meta-Milieus** wird die soziodemografische Analyse um Lebensstil und Wertekomponenten ergänzt.
 - Die Milieuperspektive ersetzt die Untersuchung soziodemographischer Merkmale nicht, sondern ergänzt und verfeinert sie, indem sie grundlegende Werte, die Lebensstil und Lebensziele bestimmen, ebenso berücksichtigt wie Alltagseinstellungen beispielsweise zu Familie, Arbeit, Freizeit und Konsum.
- Zur **Untersuchung der statistischen Signifikanz** von Befragungsergebnissen wurden etablierte Testverfahren der empirischen Sozialforschung verwendet. Die Unterschiede im Antwortverhalten der analysierten Bevölkerungsgruppen wurden mittels Chi-Quadrat-Test überprüft (z.B. Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen im Vergleich zum Durchschnitt). Diesem liegt ein für sozialwissenschaftliche Zwecke übliches Konfidenzintervall von 95% bzw. 99% zu Grunde.
 - Die untersuchten Merkmale werden als **überrepräsentiert bzw. unterrepräsentiert** in der Stichprobe interpretiert, wenn die Wahrscheinlichkeit dafür bei mindestens 95% liegt. Als **stark überrepräsentiert bzw. stark unterrepräsentiert** werden Merkmale betrachtet, wenn eine Wahrscheinlichkeit von 99% angesetzt werden.
 - Das Ergebnis des Signifikanztests hängt immer auch von der Gruppengröße ab. Je größer die Gruppe (z.B. Personengruppe mit hohen Bildungsabschlüssen), desto eher lässt sich die Signifikanz auch schwacher Über- und Unterrepräsentanzen nachweisen. Deswegen kann es in Einzelfällen vorkommen, dass identische Zahlenwerte als unterschiedlich stark- über oder unterrepräsentiert dargestellt werden.

Lesebeispiel

Einstellungen zum Klimawandel

Wenn Sie nun einmal an das Thema Umwelt und Klima denken. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	92	92	90	95	93	92	93
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	65	56	62	72	62	66	67
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	50	55	52	44	54	49	45
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf							

65% der Befragten stimmen voll und ganz oder eher der Aussage zu, vor den Folgen des Klimawandels Angst zu haben. Hier im Beispiel liegt das Ergebnis für die Teilgruppe der formal niedrig gebildeten Personen mit 56% auffallend deutlich unter dem Gesamtwert. Der Signifikanztest prüft nun, wie groß die Wahrscheinlichkeit ist, dass dieser Unterschied statistisch relevant ist (also nicht bloß eine Zufallsschwankung darstellt). Ist der Prozentwert als „unterrepräsentiert“ ausgewiesen, liegt eine Wahrscheinlichkeit von mindestens 95% vor, ist der Prozentwert als „stark unterrepräsentiert“ ausgewiesen, liegt eine Wahrscheinlichkeit von mindestens 99% vor. In beiden Fällen lässt sich also mit ziemlicher Sicherheit sagen, dass die Abweichung kein Zufall ist. Alle rötlich und grünlich markierten Werte stehen somit jeweils für eine deutliche Abweichung vom Gesamtwert nach oben oder nach unten sowie für die tatsächliche Relevanz der Abweichung.

Methodische Anlage der Studie

Die Studienanlage im Überblick



Methoden

Standardisierte Online-Befragung (CAWI)

Quotenstichprobe (Geschlecht, Alter, Bildung und Region)

Die Befragungen wurden in der Landessprache durchgeführt.



Datenerhebung

Befragungsdauer: je nach Land 20 bis 28 Minuten

Die Datenerhebung erfolgte durch die Sociotrend GmbH.



Zielgruppe

Wohnbevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren



Stichprobengröße

Rund 1.200 Personen



Befragungszeitraum

20.04. - 28.07.2023

Befragungsinhalte

- Problembewusstsein für Fragen des Umwelt-, Natur- und Klimaschutzes
- Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen: Einstellungen, Barrieren und Motivatoren
- Einstellungen zum Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen: Notwendigkeit eines Wandels, Verantwortungszuschreibung und politische Maßnahmen
- Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klimawandel, ökologische Zusammenhänge und politische Maßnahmen

Methodische Anlage der Studie

Befragungszeitraum und Befragungsdauer je Land

Land	Befragungszeitraum	Ø Befragungsdauer
Deutschland	20.04. - 23.05.2023	20,0 Minuten
Dänemark	19.05. - 08.06.2023	25,1 Minuten
Frankreich	12.05. - 08.06.2023	23,0 Minuten
Griechenland	22.05. - 20.06.2023	25,0 Minuten
Italien	15.05. - 05.06.2023	23,2 Minuten
Kanada	09.06. - 30.06.2023	24,7 Minuten
Kroatien	12.06. - 07.07.2023	23,0 Minuten
Polen	09.06. - 03.07.2023	24,7 Minuten
Portugal	23.06. - 05.07.2023	27,7 Minuten
Rumänien	30.05. - 02.07.2023	25,6 Minuten

Land	Befragungszeitraum	Ø Befragungsdauer
Serbien	27.06. - 28.07.2023	26,4 Minuten
Slowakei	27.06. - 25.07.2023	25,8 Minuten
Spanien	09.06. - 05.07.2023	23,3 Minuten
Schweden	27.06. - 07.07.2023	23,7 Minuten
Tschechien	09.06. - 04.07.2023	25,8 Minuten
Türkei	30.05. - 04.07.2023	22,4 Minuten
Ungarn	27.06. - 07.07.2023	26,1 Minuten
Vereinigtes Königreich	09.05. - 05.06.2023	19,6 Minuten
USA	27.06. - 11.07.2023	22,8 Minuten

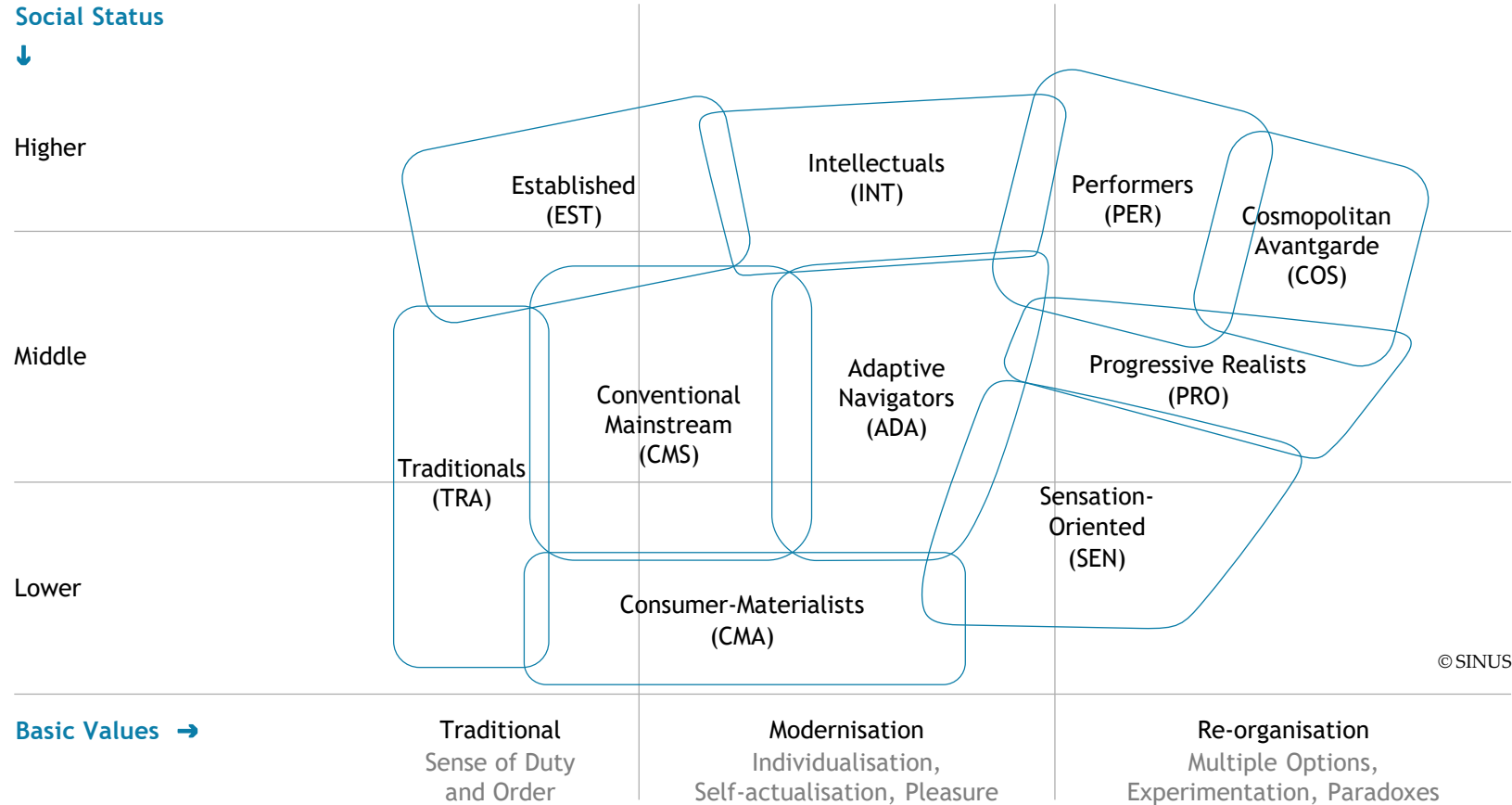
Methodische Anlage der Studie

Mehrländersegmentierung mit dem Zielgruppenmodell der Sinus-Meta-Milieus

- Das SINUS-Institut erforscht seit mehr als 40 Jahren den Wertewandel und die Lebenswelten der Menschen. Daraus entstanden sind die **Sinus-Milieus**, eines der bekanntesten und einflussreichsten Instrumente für die Zielgruppen-Segmentation. Die Sinus-Milieus gruppieren Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähnlich sind. Grundlegende Werte, die Lebensstil und Lebensziele bestimmen, werden dabei ebenso berücksichtigt wie Alltagseinstellungen beispielsweise zu Familie, Arbeit, Freizeit und Konsum. Die Sinus-Milieus nehmen also die Menschen ganzheitlich wahr, im Bezugssystem all dessen, was für ihr Leben Bedeutung hat.
- Die **internationale Zielgruppenforschung** des SINUS-Instituts zeigt, dass es „Gruppen Gleichgesinnter“ auch über Ländergrenzen hinweg gibt – die Sinus-Meta-Milieus. Die **Sinus-Meta-Milieus** sind international vergleichbare Zielgruppen mit ähnlichen Wertorientierungen, Lebensstilen und Konsumpräferenzen. Dabei werden sie so einheitlich wie möglich und so unterschiedlich wie nötig entwickelt: Der grundlegende Fokus liegt auf der Betrachtung von international vergleichbaren Orientierungen und Werten. Essentiell ist aber die **landesspezifische Entwicklung und Modellierung**, die lokale Besonderheiten und das landesspezifische Antwortverhalten berücksichtigt. Im Ergebnis sind die Sinus-Meta-Milieus international vergleichbar, können aber in der Tiefe der Beschreibungen, in den Lifestyles, im Medienverhalten etc. landesspezifisch beschrieben werden.
- Für die Mehrländersegmentierung gibt es einen einheitlichen internationalen **Milieu-Indikator**. Dieser Indikator beinhaltet 29 Statements, die die typischen Werthaltungen der einzelnen Lebenswelten repräsentieren. Dabei haben sich solche Aussagen am besten bewährt, die Grundüberzeugungen der Befragten erfassen oder alltäglich wirksame Motive diagnostizieren. Kriterium für die Auswahl solcher Statements ist ihre Differenzierungskraft, d.h. ihre Eignung, die verschiedenen Lebenswelten optimal zu trennen. Auf Basis der Beantwortung dieser Indikatorfragen werden die Befragten anhand eines Wahrscheinlichkeitsmodells mit einem multivariaten Klassifikationsverfahren den Lebenswelten zugeordnet. Um bei dieser Zuordnung die lokalen Besonderheiten und das landesspezifische Antwortverhalten zu berücksichtigen, werden die Sinus-Meta-Milieus Land für Land eigenständig modelliert.

Methodische Anlage der Studie

Mehrländersegmentierung mit dem Zielgruppenmodell der Sinus-Meta-Milieus



Methodische Anlage der Studie

Qualitätssicherung

- Bei internationalen Projekten kooperiert SINUS seit Jahren mit der Sociotrend GmbH. Auch bei diesem Projekt agierte Sociotrend als Unterauftragnehmer und übernahm für alle Länder das **Feldmanagement**. Der Vorteil ist hier, dass alle Felddienstleistungen aus einer Hand kommen. Dabei kooperierte Sociotrend mit Dynata - einem der weltweit größten Panelanbieter, der alle in die Untersuchung einzubeziehenden Länder abdecken konnte.
 - Die Länderversionen des Masterfragebogens wurden von der Sociotrend GmbH programmiert und gehostet. Alle Daten der Erhebung liefen auf den deutschen Servern von Sociotrend zusammen, sodass das Zustandekommen jedes einzelnen Datensatzes in Echtzeit verfolgt werden konnte. Durch das zentrale Hosting wurde eine **maximale Transparenz** gewährleistet, weil keine Daten abgeändert oder gar verfälscht werden konnten.
 - Zusätzlich wurden die folgenden strengen **Maßnahmen zur Qualitätssicherung** implementiert:
 - Einbau von Lesekontrollfragen, mit denen unzuverlässige Befragte bereits während der Befragung ausgeschlossen werden (Traptool)
 - Protokollierung von Interviewzeiten, um Speeding oder ungenügendes Lesen einzelner Abschnitte zu erkennen
 - Analyse von auffälligen (uniformen) Antwortmustern bei längeren Statementbatterien
 - Konsistenzprüfung des Antwortverhaltens
- Mit Hilfe dieser Indikatoren konnten unzuverlässige Studienteilnehmer*innen sicher erkannt und aus der Stichprobe entfernt werden.

Methodische Anlage der Studie

Konkretes Vorgehen zur Qualitätssicherung

- **Laufende Bereinigung (Qualityfail):** Um zu überprüfen, ob der Fragebogen aufmerksam gelesen wird, wurden zwei Kontrollitems in die Befragung integriert (z.B. „Bitte wählen Sie in dieser Zeile die Antwortkategorie Lehne ich eher ab aus, um zu zeigen, dass Sie kein Roboter sind.“). Befragte, die beide Kontrollitems falsch beantworteten, wurden direkt ausgeschlossen. Außerdem wurden auch jene Befragte direkt ausgescreent, die beim Milieuindikator immer den gleichen Wert oder nur einmal einen anderen Wert angegeben hatten.
 - Je nach Land wurden dadurch zwischen 9,9% und 23,2% der Befragten ausgeschlossen.
- **Nachträgliche Bereinigung:** Alle Befragungen wurden anhand einer Kombination aus 5 Qualitätskriterien überprüft.
 - Befragungsdauer kürzer als die Hälfte der Mediandauer (gruppenspezifisch nach Altersgruppen, um der allgemein schnelleren Bearbeitungsdauer der jüngeren Befragten Rechnung zu tragen)
 - Auffällige Klickmuster bei Itembatterien (sehr häufig den gleichen Wert angeben)
 - Falsche Beantwortung eines Kontrollitems
 - Unplausibilitäten beim Antwortverhalten (Kombination von Alter, Bildung und Beruf)
 - Auffällig kurze Bearbeitungsdauer beim Milieuindikator
- Befragte, die bei mindestens zwei dieser Kriterien auffällig waren oder bei bestimmten Kriterien besonders schlecht abschnitten, wurden aus der Stichprobe ausgeschlossen (z.B. extreme „Speeder“: weniger als ein Drittel der Median-Bearbeitungszeit). Je nach Land wurden durch die nachträgliche Bereinigung noch einmal zwischen 10,4% und 33,3% der Befragten aus der Stichprobe entfernt.

Methodische Anlage der Studie

Übersicht Feldkontrolle (1/2)

Land	Teilnahme gesamt*	Incompletes/ ausgescreent**	Datenschutz nicht akzeptiert	Anteil Qualityfail	Complete	Nachträgliche Bereinigung	Finale Anzahl der Befragten
Deutschland	3.896	1.861	85	283	1.667	467)	1.200
Dänemark	3.152	1.389	63	211	1.489	287)	1.202
Frankreich	3.638	1.453	172	393	1.620	419)	1.201
Griechenland	3.970	2.249	74	248	1.399	199)	1.200
Italien	3.103	1.247	89	256	1.511	310)	1.201
Kanada	4.603	2.692	110	319	1.482	281)	1.201
Kroatien	2.801	1.095	46	220	1.440	236)	1.204
Polen	3.000	1.220	20	296	1.464	264)	1.200
Portugal	4.645	3.000	50	238	1.357	157)	1.200
Rumänien	4.096	2.144	87	432	1.433	233)	1.200

* Anzahl der kontaktierten potentiellen Befragten

** Befragung abgebrochen oder ausgescreent aufgrund falscher Zielgruppe (jünger als 18 Jahre oder älter als 69 Jahre) oder ausgescreent aufgrund voller Quoten

Methodische Anlage der Studie

Übersicht Feldkontrolle (2/2)

Land	Teilnahme gesamt*	Incompletes/ ausgescreent**	Datenschutz nicht akzeptiert	Anteil Qualityfail	Complete	Nachträgliche Bereinigung	Finale Anzahl der Befragten
Serbien	3.128	1.599	40	9,9% (148)	1.341	10,4% (140)	1.201
Slowakei	2.838	1.158	35	14,0% (231)	1.414	15,1% (214)	1.200
Spanien	4.077	2.156	66	16,2% (300)	1.555	22,8% (355)	1.200
Schweden	3.186	1.241	50	12,0% (227)	1.668	27,9% (466)	1.202
Tschechien	2.926	1.252	40	12,2% (199)	1.435	16,2% (233)	1.202
Türkei	5.762	3.266	352	16,0% (344)	1.800	33,3% (599)	1.201
Ungarn	2.761	1.014	67	15,9% (267)	1.413	15,1% (213)	1.200
Vereinigtes Königreich	3.600	1.681	74	17,5% (323)	1.522	21,0% (319)	1.203
USA	6.120	3.948	224	23,0% (448)	1.500	19,7% (295)	1.205

* Anzahl der kontaktierten potentiellen Befragten

** Befragung abgebrochen oder ausgescreent aufgrund falscher Zielgruppe (jünger als 18 Jahre oder älter als 69 Jahre) oder ausgescreent aufgrund voller Quoten



Impressum

Ansprechpartner*innen



Dr. Christoph Schleer
Associate Director Research & Consulting
christoph.schleer@sinus-institut.de
+49 6221 8089-27



Naima Wisniewski
Research & Consulting
naima.wisniewski@sinus-institut.de
+49 6221 8089-54

sinus:

© Copyright 2023

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil davon darf ohne schriftliche Einwilligung der Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe