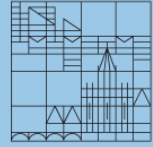


Experimente in der Umfrageforschung - Idee und Einsatzmöglichkeiten Faktorieller Surveys in Onlinebefragungen

Unipark Anwendertag 2009

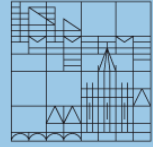
Katrin Auspurg
Arbeitsbereich für empirische Sozialforschung
Fachbereich Soziologie, Universität Konstanz



Oder: Wie viel Lohnungleichheit ist gerecht?

Unipark Anwendertag 2009

Katrin Auspurg
Arbeitsbereich für empirische Sozialforschung
Fachbereich Soziologie, Universität Konstanz



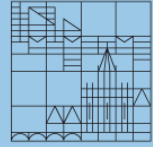
Einkommengerechtigkeit – Beispielhafte Forschungsfrage

- Derzeit in allen europäischen Ländern hohe (und oftmals steigende) Lohnungleichheit.
- Unter anderem zwischen Frauen und Männern: In Deutschland liegt derzeit der Stundenlohn von Frauen im Mittel um 23% unter dem von Männern (European Commission 2009). Vergleicht mal allein Beschäftigte im gleichen Betrieb, mit der gleichen Ausbildung und Berufserfahrung, verdienen Frauen im Mittel immer noch 12% weniger (Hinz/Gartner 2009).
- Unklar ist, inwieweit diese Differenz auf Diskriminierung oder ungemessene Produktivitätsunterschiede zurückgeht. Ist das Diskriminierungsverbot wirklich in den „Köpfen“ der Bevölkerung verankert?

**Ungleicher Lohn für
gleiche Leistung** = **Ungerechte
Diskriminierung**

?

→ Aber: Wie können wir dies empirisch feststellen?

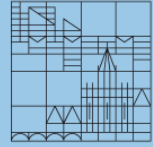


Weiteres Interesse an Einkommensgerechtigkeit

- Wahljahr 2009:
 - „Leistung sollte sich lohnen“
 - „Familien sollten mehr Geld erhalten“
 - „Einkommensunterschiede sollten nicht zu groß sein“

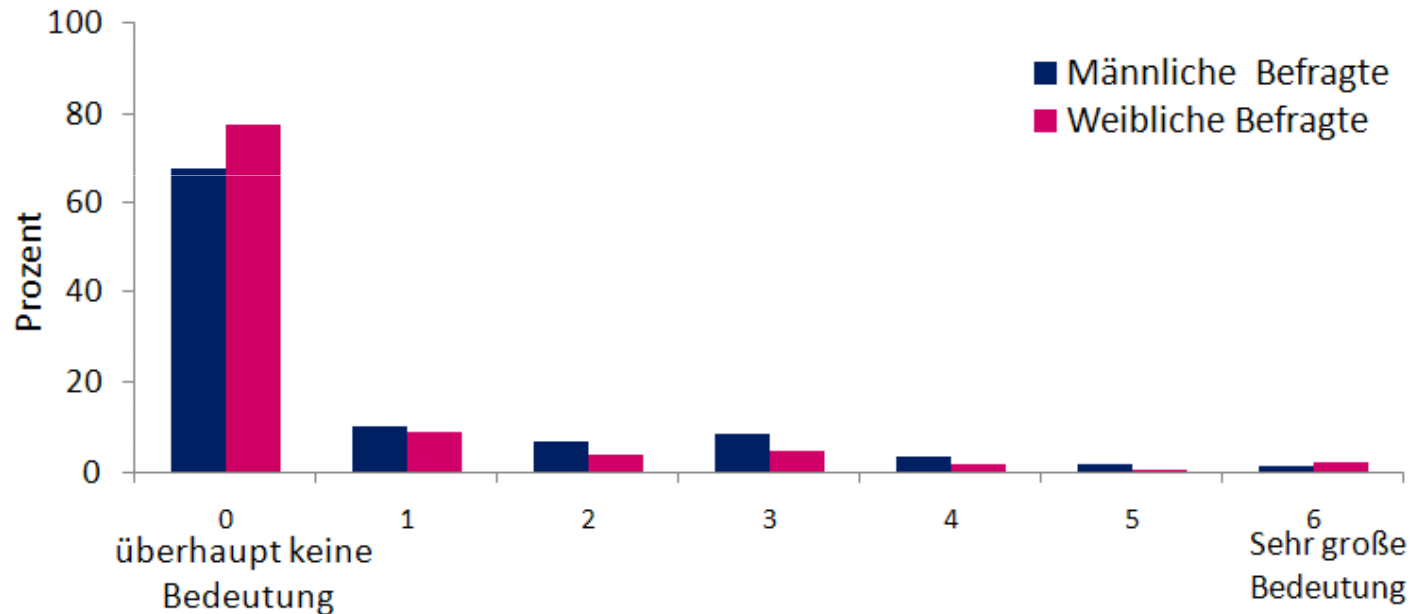
- Sollte das Leistungs- oder Bedarfsprinzip gelten? Oder das Gleichheitsprinzip? Welche Verteilungsregel sollte zur Anwendung kommen?
- Und: Stimmen Bevölkerungsgruppen in ihren Verteilungsregeln überein? Etwa jung und alt, Akademiker und Arbeiter?

- Wie können wir empirisch Verteilungsstandards und Gerechtigkeitsprinzipien messen?



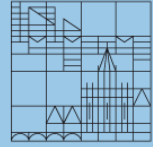
Itemabfrage – Mit der Tür ins Haus gefallen...

„Welche Bedeutung sollten Ihrer Meinung nach folgende Gesichtspunkte bei der Festsetzung eines gerechten Brutto-Einkommens haben? – Geschlecht“



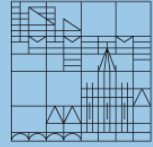
Vorläufige Ergebnisse aus einer eigenen Befragung, N = 701 bzw. 800 Befragte; Stichprobe der Allgemeinbevölkerung

- Verzerrungen durch soziale Erwünschtheit?
- *Welche* Bedeutung sollte das Geschlecht haben?



Faktorielle Surveys: Allgemeines

- Idee: Kontextbezogene, situationsabhängige Abfrage von Einstellungen oder Entscheidungen.
- Grundprinzip: Befragte äußern ihre Einstellung zu einem Thema (oder vermeintliche Entscheidung) anhand vorgegebener (möglichst konkreter) Situationen.
- Diese Situationen beinhalteten unterschiedliche Merkmale (*Dimensionen*), welche in ihren Ausprägungen systematisch variiert werden. Eine solche Situationsbeschreibung mit ihren Merkmalen und Ausprägungen nennt man auch *Vignette*.
- Durch die experimentelle Variation sind die Merkmale unabhängig voneinander. Mit Hilfe von statistischen Analysemethoden (meist Regressionsanalysen) lässt sich dann exakt ermitteln, mit welchen Merkmalen und welchen Ausprägungen die Bewertung der Beschreibungen zusammenhängt.



Faktorieller Survey zur Einkommensgerechtigkeit

- Zur Abfrage der Einkommensgerechtigkeit lassen sich systematisch variierte Beschreibungen fiktiver Beschäftigter verwenden:

Eine 50-jährige Frau mit Hochschulabschluss arbeitet als Verwaltungsfachkraft.

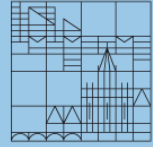
Ihr Einkommen beträgt monatlich 3.800,- Euro (vor Abzug von Steuern und Abgaben).

Ist das monatliche Brutto-Einkommen dieser Person gerecht oder ist es Ihrer Meinung nach ungerechterweise zu hoch bzw. ungerechterweise zu niedrig?

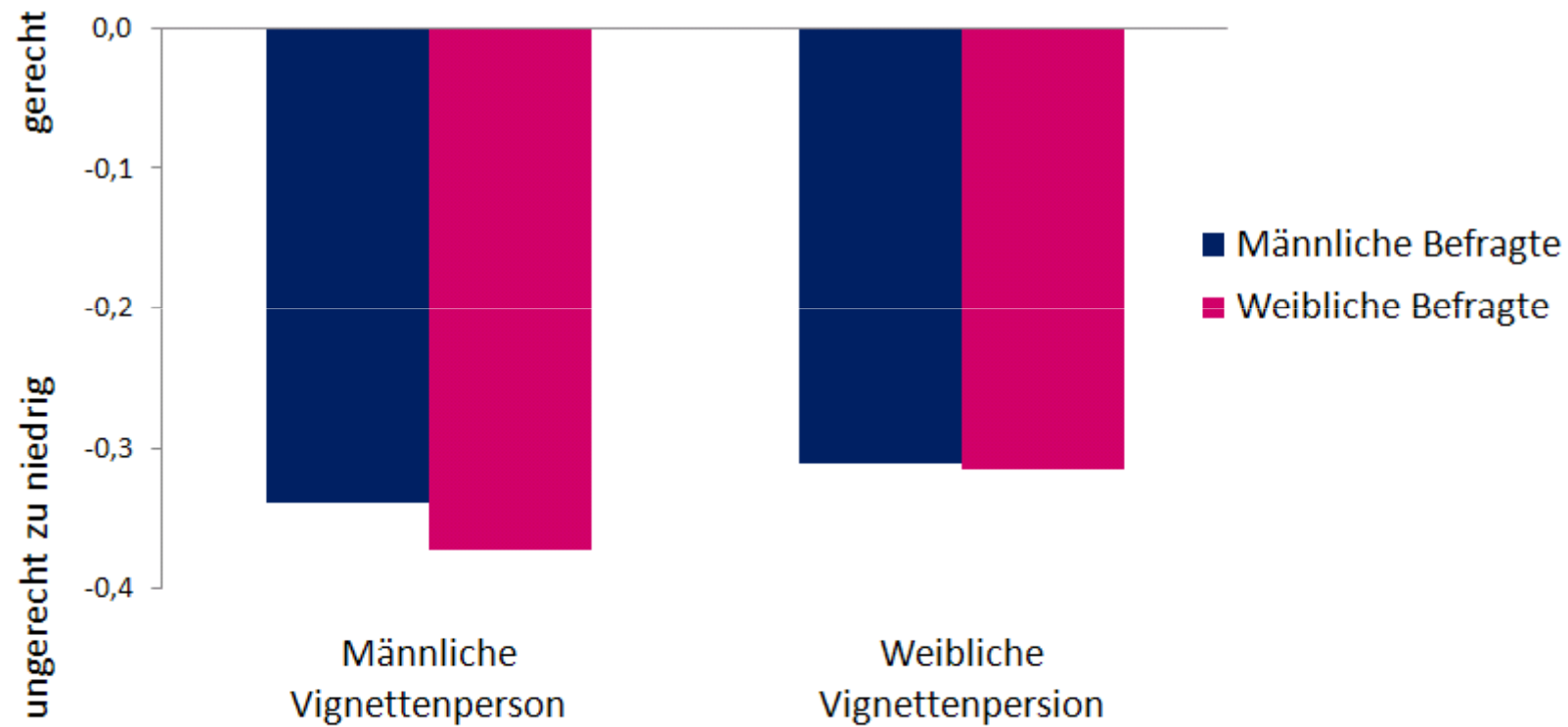
-5
 -4
 -3
 -2
 -1
 0
 1
 2
 3
 4
 5

Ungerechterweise zu niedrig Gerecht Ungerechterweise zu hoch

- Aufgrund der experimentellen Variation weisen männliche und weibliche Vignettenpersonen im Mittel dieselben Eigenschaften auf. Mögliche Unterschiede in ihrer Bewertung sind daher auf ihr Geschlecht zurückzuführen (Ausschaltung des „Drittvariablenproblems“).

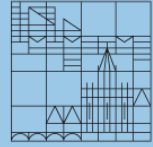


Ergebnisse: Mittlere Vignettenurteile



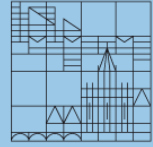
Vorläufige Ergebnisse aus einer eigenen Befragung, N = 701 bzw. 800 Befragte; Stichprobe der Allgemeinbevölkerung

→ Evidenzen für eine Lohndiskriminierung von Frauen!



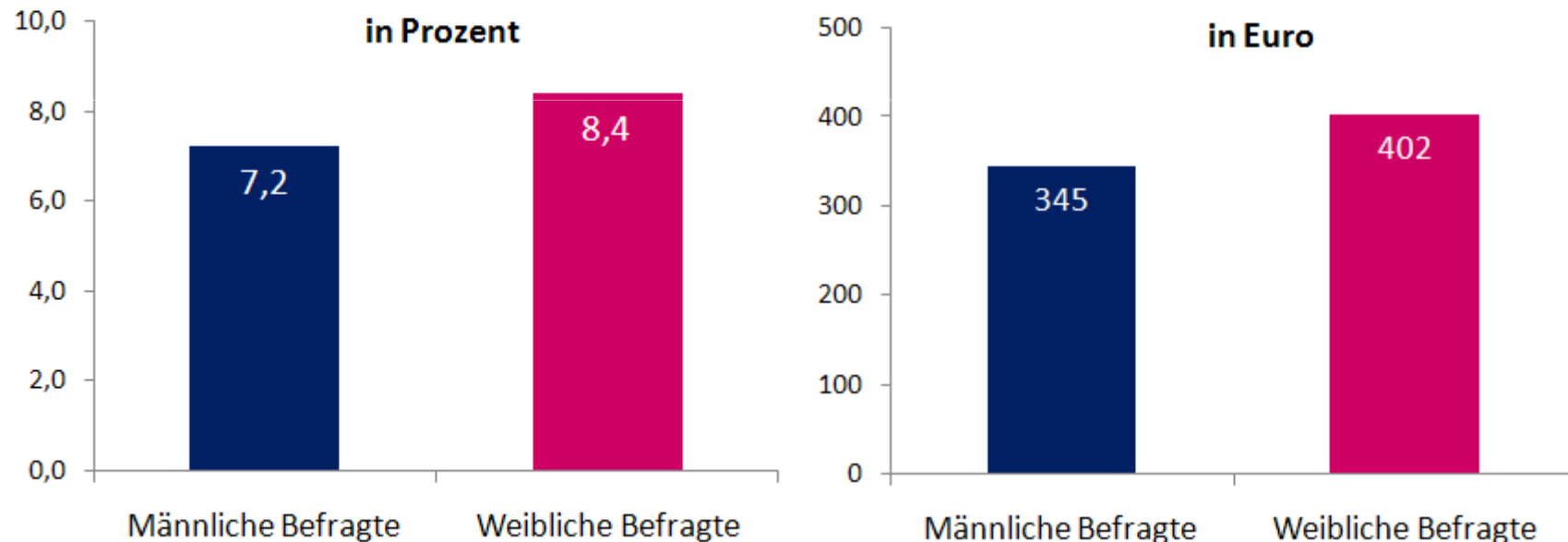
Berechnung des gerechten Lohnabstands

- Weiterer Vorteil Faktorieller Surveys: Aufgrund der Verbundmessung sind die Befragten zu Abwägungen gezwungen und es lassen sich „*Trade offs*“ zwischen Merkmalen bestimmen.
- Etwa ist der gerechte Lohnabstand zwischen Männern und Frauen ermittelbar – um wie viel Euro muss sich das Einkommen zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten unterscheiden, damit es gleichermaßen als gerecht bewertet wird?
- (Technisch funktioniert dies anhand von Regressionen der Vignettenurteile auf die Vignettenmerkmale und einfache Umrechnungen der Koeffizienten).



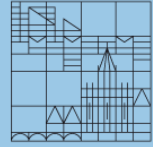
Ergebnisse: Gerechter Lohnabstand

Gerechter Lohnabstand zwischen männlichen und weiblichen Beschäftigten (Bruttolohn)

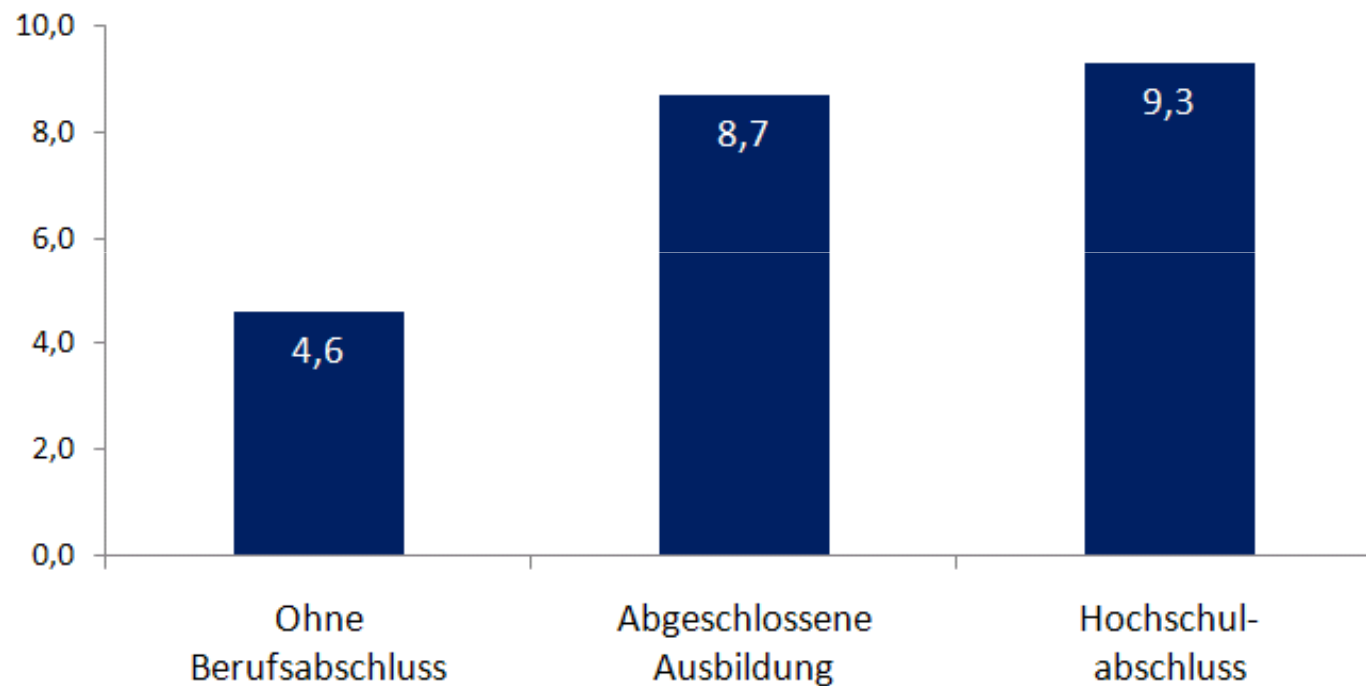


Vorläufige Ergebnisse aus einer eigenen Befragung, N = 701 bzw. 800 Befragte; Stichprobe der Allgemeinbevölkerung

→ Diskriminierung durch männliche und weibliche Befragte.

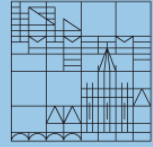


Ergebnisse: Gerechter Lohnabstand nach Ausbildungsniveau



Vorläufige Ergebnisse aus einer eigenen Befragung, N = 701 bzw. 800 Befragte; Stichprobe der Allgemeinbevölkerung

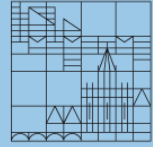
→ Geschlechtsspezifische Standards für Ausbildungsrenditen.



Erkenntnisgewinn Faktorieller Surveys

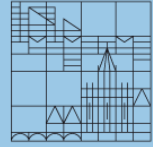
- Es lassen sich Urteilsregeln sehr genau bestimmen und es wird offensichtlich, inwieweit normative Gleichstellungsstandards wirklich in der Bevölkerung verankert sind.





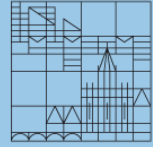
Gliederung

1. Beispiel Einkommensgerechtigkeit
2. Vorteile und Einsatzmöglichkeiten
3. Praktische Umsetzung in Onlinebefragungen
4. Fazit und Ausblick



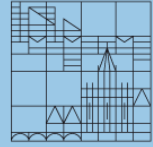
Faktorielle Surveys: Vorteile

- Durch das experimentelle Design lässt sich der exakte Einfluss von Faktoren ermitteln, die in der Realität oft stark konfundiert sind.
- Es ist eine komplexere und „realitätsnähere“ Messung möglich, als mit einfachen Itemabfragen. Befragte werden zu Abwägungen gezwungen, damit sind *Trade-Offs* und Urteilsregeln bestimmbar.
- Das Verfahren gilt als weniger anfällig für Verzerrungen durch soziale Erwünschtheit (z.B. Alexander/Becker 1978; Jann 2003).
- Jeder Befragte erhält (in der Regel) mehrere Vignetten vorgelegt; damit sind bereits mit wenigen Befragten hohe Fallzahlen erzielbar.
- Im Gegensatz zu Laborexperimenten sind Faktorielle Surveys gut mit Stichproben der Allgemeinbevölkerung umsetzbar. Bisher kaum Evidenzen für alters- und bildungsspezifische Verständnisprobleme (Sauer et al. 2009).



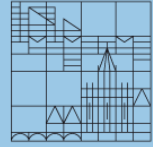
Faktorielle Surveys: Einsatzgebiete

- Typisches Einsatzgebiet ist die Norm- und Werteforschung (z.B. Abfrage gerechter Einkommen, Renten und Strafmaße). Das Verfahren wird aber auch in der Diskriminierungsforschung, zur Analyse von Vertrauensproblemen in Geschäftsbeziehungen und in vielen weiteren sozialwissenschaftlichen Forschungsgebieten eingesetzt.
- Neben der Einstellungsmessung dienen Vignetten der Erfassung von Situationsdeutungen (z.B. wann liegt ein sexueller Missbrauch vor), zur Messung hypothetischer Entscheidungen (z.B. Einstellungsentscheidungen von Arbeitnehmern) sowie Handlungsempfehlungen.
- Zunehmend Etablierung in den Sozialwissenschaften, in unterschiedlichsten Forschungszusammenhängen (106 Artikel in internationalen *core-journals* in den letzten 25 Jahren, vgl. Wallander 2009).
- Sehr ähnliche Methoden in der Marktforschung, Umwelt- und Gesundheitsökonomie (Conjoint-Analysen, Choice-Experimente).



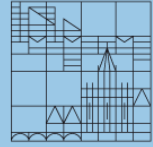
Gliederung

1. Beispiel Einkommensgerechtigkeit
2. Vorteile und Einsatzmöglichkeiten
3. **Praktische Umsetzung in Onlinebefragungen**
4. Fazit und Ausblick



Einsatz in Onlinebefragung - Grundsätzliches

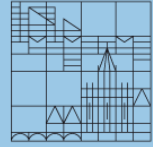
- Bei Experimenten ist die Zufallsverteilung des Stimulus auf die Probanden wesentlich (*Randomisierung*). Eine repräsentative Befragtenstichprobe ist demgegenüber nachrangig (Diekmann 2007). Online-Surveys sind daher prinzipiell gut für die Umsetzung experimenteller Designs geeignet.
- In praktischer Hinsicht Vorteil eines geringeren Aufwandes bei der Realisierung von Fragebogenvarianten und deren Zufallsverteilung.
- Hierauf kommt es speziell bei Faktoriellen Surveys an: Für ein „effizientes“ experimentelles Designs ist es wichtig, unterschiedliche Vignetten, damit Fragebogenversionen einzusetzen (Richtgröße: ca. 10 Vignetten pro Befragten; insgesamt 100-200 unterschiedliche Vignetten).
- Praktisch ist zudem wesentlich, dass die Befragten die Vignetten selbst lesen können. Auch das ist in computergestützten Befragungen gut umsetzbar.



Konkrete praktische Schritte: Festlegung des Designs

1. Festlegung der Dimensionen und ihrer Ausprägungen sowie Antwortskalen

Dimension	Ausprägung	Wortlaut
1) Geschlecht	1	Ein ... Mann
	2	Eine ... Frau
2) Alter	1	30 jährige/r
	2	40 jährige/r
	3	50 jährige/r
	4	60 jährige/r
3) Berufsabschluss	1	ohne Berufsabschluss
	2	mit abgeschlossener Berufsausbildung
	3	mit Hochschulabschluss
4) Beruf	1	arbeitet als Hilfsarbeiter/in



Konkrete Praktische Schritte: Erstellung der Vignetten (1/2)

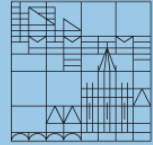
2. Die unterschiedlichen Vignetten sind anschließend mit externer Statistik- und Office-Software herzustellen (z.B. Stata; bislang gibt es kein spezielles Software-Modul für Vignetten). Anleitungen hierzu finden sich z.B. in Beck/Opp 2001; Jasso 2006; Steiner/Atzmüller 2006.

Die Wesentlichen Schritte sind dabei:

- a) Kreuzung aller Merkmale untereinander zur Erstellung des sog. „Universums“ aller möglichen Merkmalskombinationen bzw. Vignetten

Hier: 5 Dimensionen mit 2, 4, 3, 10 und 10 Ausprägungen:
 $2 \times 4 \times 3 \times 10 \times 10 = 2.400$ mögliche Vignetten

	id_vignette	sex	age	degree	job	income
1	1	1	30	1	1	500
2	2	2	30	1	1	500
3	3	1	40	1	1	500
4	4	1	50	1	1	500
5	5	1	60	1	1	500

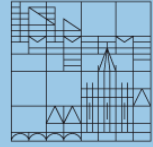


Konkrete Praktische Schritte: Erstellung der Vignetten (2/2)

- b) Übersetzung der numerischen Codes der Vignetten in Fließtexte:
Mit Statistiksoftware oder „Ersetzen“ in einem Office-Programm.
- c) Auswahl einer Stichprobe von ca. 100-200 Vignetten:
Zufallsauswahl oder besser noch fraktionalisierte Stichprobe
(beides ebenfalls mit Statistiksoftware umsetzbar; gegebenenfalls unter
Ausschluss unlogischer Fälle).

Ergebnis dieser Schritte: Ca. 100-200 fertige Vignettentexte, von denen jeder Befragte ca. 10 zur Beurteilung vorgelegt bekommen soll.

→ Wie lässt sich nun aber die Einblendung von Vignetten im EFS-Survey umsetzen?



Vignetten im EFS-Survey: Nicht-personalisierte Projekte (1/4)

Grundprinzip: Behandlung der Vignetten wie herkömmliche Fragen.

1. Anlage eines Ordners, aus dem die Befragten dann jeweils eine randomisierte Auswahl von Vignetten vorgelegt bekommen (etwa pro Befragten Zufallsauswahl von 10 Vignetten aus insg. 100).

Um Irritationen zu vermeiden ist sicherzustellen, dass die Befragten bei evtl. Zurückblättern wieder dieselben Vignetten vorgelegt bekommen:

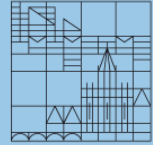
Editiere Eigenschaften Seite zur Umfrage Einkommensgerechtigkeit

Seitentyp Seiteneigenschaften Seitenvorschau

Zurück zum Fragebogen

Anzahl der Seiten in Zufallsauswahl:

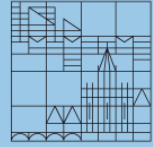
Verhalten bei Reload einer Seite: ▼



Vignetten im EFS-Survey: Nicht-personalisierte Projekte (3/4)

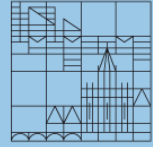
3. Seite für vorgesehene Gesamtzahl der Vignetten vervielfältigen, jeweils manuell Text für die einzelnen Vignetten einfügen.
 Vignetten jeweils eindeutig benennen – für die Auswertung muss später eine eindeutige Identifikation möglich sein!

383978	<input type="checkbox"/> <u>Begrüßung</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
383995	<input type="checkbox"/> <u>Soziodem1a</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
384003	<input type="checkbox"/> <u>Vignettenanleitung</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
384039	<input checked="" type="checkbox"/> Random (Auswahl) Zufallsauswahl Experiment	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
400598	<input checked="" type="checkbox"/> Random (Auswahl) Serw	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
400599	<input type="checkbox"/> <u>vignette1</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
400600	<input type="checkbox"/> <u>vignette2</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
400601	<input type="checkbox"/> <u>vignette3</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
400602	<input type="checkbox"/> <u>vignette4</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️
400603	<input type="checkbox"/> <u>vignette5</u>	↑ ↓ ← → 🔍 📄 📄 🔄	🗑️ 📄 🗑️



Vignetten im EFS-Survey: Nicht-personalisierte Projekte (4/4)

4. Nach der Befragung Datenaufbereitung (dies ist wieder in gängigen Einführungstexten beschrieben, z.B. Beck/Opp 2001):
 - a) Datenexport ins „long-Format“ umwandeln
(einzelne Urteile bilden Fälle)
 - b) Vignettenmerkmale dazu matchen
 - c) Überflüssige Zeilen löschen
(Vignetten, über welche der Befragte gefiltert wurde)



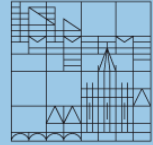
Vignetten im EFS-Survey: Fazit nicht-personalisierte Projekte

Vorteil:

- Standardvorgehen wie bei anderen Fragen anwendbar

Nachteile:

- Aufwändig
- Fehleranfällig aufgrund manuellem Einfügen der Vignetten
- Umfangreicher Fragebogen (jede der 100-200 Vignetten bildet eine separate Frage, auch wenn einzelner Befragter lediglich ca. 10 davon beantwortet) und in der Folge auch „aufgeblähter“ Datensatz

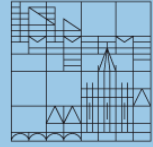


Vignetten im EFS-Survey: Personalisierte Projekte (1/5)

Grundprinzip: Behandlung der Vignetten wie vorab bekannte Merkmale einer Mitarbeiterbefragung („Projektdatenimport“)

1. Anlage benutzerdefinierter Text-Variablen in der Anzahl, zu der jeder einzelne Befragte Vignetten beurteilen soll (also etwa 10 benutzerdefinierte Text-Variablen, falls jeder Befragte 10 Vignetten beurteilen soll).

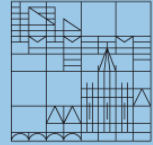
Labels und Datentyp	
c_0001	Benutzerdefinierte Variable
Wählen Sie den Variablentyp	<input type="radio"/> Ganzzahl <input checked="" type="radio"/> Kurzer Text (max. 255 Zeichen) <input type="radio"/> Kommazahl
c_0002	Benutzerdefinierte Variable
Wählen Sie den Variablentyp	<input type="radio"/> Ganzzahl <input checked="" type="radio"/> Kurzer Text (max. 255 Zeichen) <input type="radio"/> Kommazahl



Vignetten im EFS-Survey: Personalisierte Projekte (2/5)

2. Anlage einer Excel-Tabelle für den Projektdatenimport (für Details: Handbuch); dort Ergänzung der benutzerdefinierten Variablen; in diesen pro Befragten die vorgesehenen Vignettentexte ablegen.

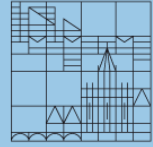
	F	J	
1	u_email	c_0001	c_000
2	katrin.Auspurg@uni-konstanz.de	Eine 30 jährige Frau mit Hochsch	Eine 6
3	Eva.Maass@uni-konstanz.de	Ein 50 jähriger Mann mit Ausbild	Eine 3
4	Thomas.Hinz@uni-konstanz.de	Ein 40 jähriger Mann mit Hochsc	Ein 30



Vignetten im EFS-Survey: Personalisierte Projekte (3/5)



3. Datei im „Projektdatenimport“ hochladen.

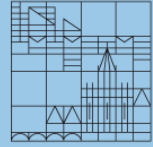
<u>Identifier</u>	<u>First name</u> (Zeichen)	<u>LastName</u> (Zeichen)	<u>E-mail</u> (Zeichen)	<u>Group</u> (Zahl)	<u>c_0001</u> (Zeichen)	<u>c_0002</u> (Zeichen)
	Katrin	Auspurg	katrin.Auspurg@uni-konstanz.de		Eine 30 jährige Frau mit Hochschulabschluss arbeitet derzeit als Programmiererin. Ihr Einkommen beträgt 2.000 Euro Brutto.	Eine 60 jährige Frau mit Hochschulabschluss arbeitet derzeit als Programmiererin. Ihr Einkommen beträgt 2.000 Euro Brutto.
	Eva	Maaß	Eva.Maass@uni-konstanz.de		Ein 50 jähriger Mann mit Hochschulabschluss arbeitet derzeit als Programmiererin. Ihr Einkommen beträgt 2.000 Euro Brutto.	Eine 30 jährige Frau mit Hochschulabschluss arbeitet derzeit als Programmiererin. Ihr Einkommen beträgt 2.000 Euro Brutto.
	Thomas	Hinz	Thomas.Hinz@uni-konstanz.de		Ein 40 jähriger Mann mit Hochschulabschluss arbeitet derzeit als Programmiererin. Ihr Einkommen beträgt 2.000 Euro Brutto.	Ein 30 jähriger Mann mit Hochschulabschluss arbeitet derzeit als Programmiererin. Ihr Einkommen beträgt 2.000 Euro Brutto.



Vignetten im EFS-Survey: Personalisierte Projekte (4/5)

4. Im Fragebogen Anlage von 10 Fragen mit jeweils einem Textfeld und der gewünschten Antwortskala; in das Textfeld jeweils einen Platzhalter für die benutzerdefinierten Variablen integrieren
(#c_0001# in Vignette 1, #c_0002# in Vignette 2, etc.).

Frageoptionen 	
	
Frage Frage Frage Frage Frage Frage Frage Frage Frage Frage	V1 #c_0001#
Ausfüllanweisung	Ist das Einkommen dieser Person gerecht oder ist es ungerechterweise zu niedrig oder ungerechterweise zu hoch?



Vignetten im EFS-Survey: Personalisierte Projekte (5/5)

Wurde alles richtig gemacht, wird den Befragten dann anstatt der Platzhalter in der Befragung jeweils der Text aus dem Projektdatenimport eingeblendet:

V1

Eine 30 jährige Frau mit Hochschulabschluss arbeitet derzeit als Programmiererin. Ihr Einkommen beträgt 2.000 Euro Brutto.

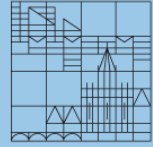
Ist das Einkommen dieser Person gerecht oder ist es ungerechterweise zu niedrig oder ungerechterweise zu hoch?

ungerecht
zu niedrig



ungerecht
zu hoch





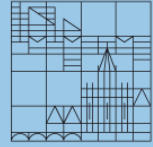
Vignetten im EFS-Survey: Fazit personalisierte Projekte

Vorteile:

- Stärker automatisiert, damit weniger fehleranfällig
- Weniger aufwändig und weniger Speicherkapazität erforderlich

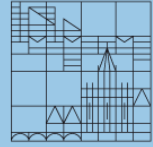
Nachteile:

- Projektdatenimport nicht explizit für solche Experimente vorgesehen
- Bisher nur für personalisierte Befragung umsetzbar?!



Gliederung

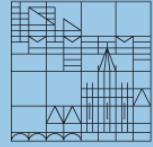
1. Beispiel Einkommensgerechtigkeit
2. Vorteile und Einsatzmöglichkeiten
3. Praktische Umsetzung in Onlinebefragungen
4. **Fazit und Ausblick**



Fazit und Ausblick

- Vignetten bieten vertiefte Einblicke in (Gerechtigkeits-)Urteile und Entscheidungen und sind in verschiedensten Forschungsgebieten nutzbar.
- Computergestützte Befragungen sind grundsätzlich ideal zur Umsetzung experimenteller Designs.
- Dem Mangel an Methodenforschung begegnen wir derzeit im Rahmen eines DFG-Projekts. Ziel ist die Erarbeitung empirisch fundierter Handreichungen (z.B. für die Anzahl an Dimensionen).
- Bislang dabei keine Hinweise, die an der prinzipiellen Tauglichkeit zweifeln lassen. Etwa werden Vignetten von Befragten unterschiedlichen Alters und Bildung gut angenommen.
- Die Umsetzung von Vignetten in Online-Surveys ist derzeit noch mit einiger „Handarbeit“ verbunden. Innovative Methoden haben hier unweigerlich ihren Preis - der sich aber angesichts des Erkenntnisgewinns oft auszahlt!

Und möglicherweise gibt es irgendwann ein Unipark-Vignettenmodul?

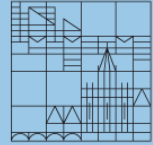


Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen:

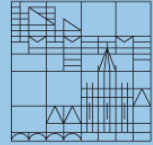
http://www.uni-konstanz.de/hinz/?cont=faktorieller_surveyen&lang=de

Katrin.Auspurg@uni-konstanz.de



Literatur

- Alexander, Cheryl S./Becker, Henry Jay (1978): The Use of Vignettes in Survey Research. *Public Opinion Quarterly* 42: 93-104.
- Beck, Michael/Opp, Karl-Dieter (2001): Der Faktorielle Survey und die Messung von Normen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 53: 283-306.
- Diekmann (2007): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.* Hamburg: Rohwohlt.
- European Commission (2009). *Report on Equality between Women and Men 2009.* Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Jann, Ben (2003): *Lohngerechtigkeit und Geschlechterdiskriminierung: Experimentelle Evidenz.* Unveröffentlichtes Manuskript an der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich.
- Jasso, Guillermina (2006): Factorial Survey Methods for Studying Beliefs and Judgments. *Sociological Methods Research* 34: 334-423.
- Sauer, Carsten/Auspurg, Katrin/Hinz, Thomas/Schupp, Jürgen (2009): Die Bewertung von Erwerbseinkommen – Methodische und inhaltliche Analysen zu einer Vignettenstudie im Rahmen des SOEP-Pretest 2008. *DIW Data Documentation* 42. Berlin: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW).
- Wallander, Lisa (2009): 25 years of factorial surveys in sociology. A review. *Social Science Research* 38:505-520.



Anhang: Datenaufbereitung bei nicht-personalisierten P.

lfdn	v_2	v_3	v_91	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8
59	Männlich	85	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77
81	Weiblich	86	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77
82	Weiblich	87	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77
83	Weiblich	86	Ostdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	Viel zu nie...
84	Männlich	82	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77
85	Weiblich	83	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77
86	Männlich	79	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77
87	Männlich	85	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77
88	Weiblich	80	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	Viel zu nie...	-77	Viel zu nie...
89	Weiblich	79	Westdeuts...	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77	-77

wide:
1 Zeile pro
Befragten,
100 Spalten
für Vignetten-
urteile

lfdn	v_2	v_3	v_91	id_vignette	vignurteil	gender	age	degree	job	income
88	Weiblich	80	Westdeuts...	6	Viel zu nie...	Frau	55,00	mit Berufs...	Anwalt/An...	400
88	Weiblich	80	Westdeuts...	8	Viel zu nie...	Mann	35,00	mit Hochs...	Sozialarbei...	400
88	Weiblich	80	Westdeuts...	26	1	Frau	55,00	mit Hochs...	leitende/r ...	7500
88	Weiblich	80	Westdeuts...	59	1	Frau	45,00	ohne Beruf...	Pförtner/in	4300
88	Weiblich	80	Westdeuts...	65	Viel zu nie...	Mann	35,00	mit Hochs...	Programmi...	400
88	Weiblich	80	Westdeuts...	82	2	Frau	45,00	ohne Beruf...	Friseur/in	7500
88	Weiblich	80	Westdeuts...	89	-3	Frau	35,00	mit Hochs...	Anwalt/An...	1700
88	Weiblich	80	Westdeuts...	89	-3	Frau	35,00	mit Hochs...	Anwalt/An...	1700
88	Weiblich	80	Westdeuts...	28	-2	Mann	25,00	mit Berufs...	Pförtner/in	1700
88	Weiblich	80	Westdeuts...	38	Viel zuhoch5	Mann	35,00	ohne Beruf...	ungelernte/...	4300
89	Weiblich	79	Westdeuts...	52	-1	Mann	55,00	mit Hochs...	Programmi...	1250
89	Weiblich	79	Westdeuts...	74	-1	Mann	45,00	ohne Beruf...	Anwalt/An...	1250

long:
1 Zeile pro
Urteil,
1 Spalte
für Vignetten-
urteile

Vignettenmerkmale