

Methodenbericht

GLEN - Umweltpanel

Starterbefragung

Von

Verian Deutschland
(eingetragen als Mantle
Germany GmbH)
Landsberger Str. 284
80687 München

19. Mai 2026

Ihre Ansprechpartner*innen:

Dr. Jana Brix
jana.brix@veriangroup.com

Günter Steinacker
guenter.steinacker@veriangroup.com

Inhaltsverzeichnis

0	Überblick und Methodensteckbrief	3
1	Auswahl der Befragungspersonen	4
2	Erhebungsdesign und -instrument	4
2.1	Erhebungsdesign	4
2.2	Experiment	5
2.3	Materialien und Unterlagen	6
2.4	Erhebungsinstrument	6
2.5	Incentivekonzept	6
2.6	Kontaktmöglichkeiten für Zielpersonen	7
3	Ergebnisse der Feldarbeit	7
3.1	Feldeinsatzstichprobe	7
3.2	Umgang mit Adressproblemen	8
3.3	Ausschöpfung und finale Bearbeitungsergebnisse	9
3.4	Hotline	11
3.5	Interviewdauer und -zeit	12
3.6	Realisierung von Interviews im Zeitverlauf	15
3.7	Ergebnisse auf Ebene der Sample Points	17
3.8	Incentive	17
3.9	Registrierung mit Email-Adresse	18
3.10	Vergleich Brutto- und Nettostichprobe	18
4	Datenprüfung und -bereitstellung	21
4.1	Bereitgestellte Datensätze	21
	Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen	22
	Tabellen	22
	Abbildungen	23

o Überblick und Methodensteckbrief

Der vorliegende Methodenbericht bezieht sich auf die sich an die Rekrutierungsbefragung anschließende Starterbefragung. Dargestellt werden die Auswahl der Befragungspersonen, der zeitliche Ablauf der Befragung und die Befragungsergebnisse. Inhaltliche Auswertungen erfolgen hier nicht. Die in diesem Methodenbericht angegebenen Fallzahlen können von den endgültigen Fallzahlen im Scientific-Use-File von GLEN abweichen, da die Datenaufbereitung erst nach Fertigstellung dieses Berichts beendet wurde.

Die nachfolgende Tabelle 1 gibt einen Überblick über Design und Ergebnisse der Starterbefragung.

Tabelle 1: Überblick über das Design

Projekttitlel	GLEN (Umweltpanel)
Grundgesamtheit	Teilnehmende der Rekrutierungsbefragung mit gegebenem Consent
Befragungsmethode	Selbstadministriert, nur Online
Bruttoansatz	N = 24.549
Nettointerviews	N = 16.893 Interviews
Ausschöpfung	68,8% (16.993 Befragte / 24.549 Bruttoadressen)
Incentive	5 Euro prepaid / 5 Euro postpaid (Überweisung, Gutschein oder Spende)
Feldzeit	28.01.2025 ¹ – 01.04.2025

¹ Dies ist der Zeitpunkt, zu dem die ersten Anschreiben zugestellt worden sein können und die ersten Emails versandt wurden.

1 Auswahl der Befragungspersonen

Für die Starterbefragung, die sich direkt an die Rekrutierungsbefragung (siehe entsprechenden Methodenbericht) anschloss, waren alle Befragte, die ihre Einwilligung für weitere Befragungen im Rahmen des Projekts gegeben hatten und nicht im Nachhinein ihre Einwilligung wieder entzogen hatten, potentielle Teilnehmer. Der Teilnahmemodus der Rekrutierungsbefragung spielte dabei nur insofern eine Rolle, als Personen, die explizit geäußert hatten, nur auf Papier teilnehmen zu wollen, für die Starterbefragung nicht kontaktiert wurden.

Des Weiteren wurden Personen nicht kontaktiert,

- die im Papierfragebogen angegeben hatten, dass sie kein Internet besitzen ODER
- deren Rücksendedatum nach dem Stichtag für die Generierung der Stichprobe für die Starterbefragung lag.

Der Grund für den Ausschluss der erstgenannten Gruppe liegt im Modus der Starterbefragung begründet. Da diese ausschließlich online stattfand, wären Personen ohne Internet unnötig kontaktiert worden.

Insgesamt wurden im Rahmen der Starterbefragung 24.549 Personen erneut kontaktiert. Aufgrund der Tatsache, dass die Definition der Fälle, die in den SUF der Rekrutierung gelangen, deutlich nach Feldstart der Starterbefragung erfolgte, wurden insgesamt 38 Personen fälschlicherweise eingeladen.

Tabelle 2: Definition der Befragungspersonen

	N
Befragte aus Rekrutierungsbefragung	31.025
Davon: mit Consent	25.172 (81,1%)
Davon: kein Internet / Rücksendedatum zu spät	623
Brutto Starterbefragung	24.549
Abzüglich im Nachhinein als ungültig definierte Fälle	38

2 Erhebungsdesign und -instrument

2.1 Erhebungsdesign

Die Starterbefragung von GLEN wurde als reine Online-Studie durchgeführt. Die Befragung erfolgte ausschließlich in deutscher Sprache.

Die Kontaktierung der Befragungspersonen erfolgte sowohl von Verian als auch vom GLEN-Team, wobei sich die Aufteilung der Befragten an der erfolgten Registrierung mit Email-Adresse im Rahmen der Rekrutierungsbefragung orientierte. Das GLEN-Team war zuständig für die Kontaktierung derjenigen, die sich mit Email-Adresse registriert hatten – diese Personen wurden (zunächst) elektronisch per Email kontaktiert. Dies betraf n = 13.782 Personen.

Verian war zuständig für die Personen, die sich nicht mit einer Email-Adresse registriert hatten, in der Rekrutierungsbefragung aber entweder auf Papier oder online ihre Bereitschaft zu einer erneuten Befragung gegeben hatten. Dies waren insgesamt n = 10.767 Personen. Die Befragten, für deren Kontaktierung Verian zuständig war, erhielten dabei zunächst ein Anschreiben (Erstkontakt). Entsprechend dem Modus der Teilnahme an der Rekrutierungsbefragung gab es zwei Versionen des Anschreibens:

- Anschreiben für diejenigen, die auf Papier teilgenommen hatten (siehe Anlage 1)
- Anschreiben für diejenigen, die Online teilgenommen hatten (aber sich nicht mit Email-Adresse registriert hatten) (Anlage 2).

Alle Personen, die innerhalb von zwei Wochen nicht teilgenommen hatten und sich auch sonst nicht rückgemeldet hatten (per Hotline oder per Email), erhielten ein Erinnerungsschreiben. Die Erinnerungsschreiben gingen je Erinnerungsversand an alle Befragungspersonen, für die bei Verian zu Beginn der Konfektionierung weder eine positive (Interview) noch eine negative Rückmeldung (Absage des Interviews / unbekannt verzogen usw.) vorlag. Auch hierbei gab es zwei Versionen in Abhängigkeit vom Modus der Erstbefragung (siehe Anlagen 3 und 4).

Auch die vom GLEN-Team kontaktierten Personen erhielten eine Erinnerung – diese jedoch zunächst per Email. Zudem wurde – dem Feldverlauf geschuldet – entschieden, in den postalischen Erinnerungsversand auch diejenigen Personen zu integrieren, die sich im Rahmen der Rekrutierungsbefragung mit ihrer Email-Adresse registriert hatten – von denen aber bislang keinerlei Rückmeldung (Teilnahme oder Absage) zur Starterbefragung erfolgt war. Dies beinhaltete auch Personen, deren Email-Adresse sich als fehlerhaft herausgestellt hatte bzw. bei denen das Postfach voll war.

2.2 Experiment

Beim Versand der postalischen Einladungen zur Starterbefragung wurde zudem ein Experiment implementiert. Aus den insgesamt 10.767 postalisch anzuschreibenden Befragungspersonen wurden per Zufall 2.000 ausgewählt – bei diesen wurde im Anschreiben (und auch im Erinnerungsschreiben) in der Betreffzeile zusätzlich das Maskottchen LUMI eingedruckt (siehe Anlagen 5 und 6). Hintergrund des Experiments war die Hoffnung, durch das optisch ansprechende Maskottchen die Teilnahmebereitschaft zu erhöhen. Die postalischen Einladungen verteilen sich wie folgt auf die verschiedenen Experimentalgruppen:

Tabelle 3: Aufteilung der Experimentalgruppen

	Anzahl	Prozent
Online-Teilnahme an der Rekrutierungsbefragung, Maskottchen eingedruckt	1.510	14,0
Online-Teilnahme an der Rekrutierungsbefragung, kein Maskottchen eingedruckt	6.689	62,1
Papier-Teilnahme an der Rekrutierungsbefragung, Maskottchen eingedruckt	490	4,6
Papier-Teilnahme an der Rekrutierungsbefragung, kein Maskottchen eingedruckt	2.078	19,3
GESAMT	10.767	100,0

2.3 Materialien und Unterlagen

Anschreiben

Allen Zielpersonen wurde ein Anschreiben in deutscher Sprache zugesandt. Es wurde darum gebeten, an der kurzen Online-Befragung teilzunehmen, die entsprechenden individuellen Zugangsinformationen und der allgemeine QR-Code zum Start der Befragung waren eingedruckt. Versandt wurden die Unterlagen im Format DIN-lang, das Kuvert war wie bei der Rekrutierungsbefragung mit den Logos von Verian und den drei beteiligten Universitäten bedruckt.

In beiden Anschreiben wurde auf die Anrede Herr / Frau verzichtet, da

- bei der Angabe des Geschlechts in der Rekrutierungsbefragung auch „divers“ möglich war
- es Geschlechtsabweichungen zwischen den von den EWMA gelieferten Informationen und den Angaben im Rekrutierungsfragebogen gab (siehe auch Methodenbericht Rekrutierungsbefragung).

Fünf-Euro-Schein

Bei den Personen, die sich auf Papier an der Rekrutierungsbefragung beteiligt hatten, lag zudem das monetäre Incentive in Höhe von fünf Euro in bar bei. Darauf wurde auch im Anschreiben Bezug genommen.

Erinnerungsschreiben 1

Personen, die weder online teilgenommen noch verweigert hatten, erhielten nach ca. zwei Wochen ein kurzes Erinnerungsschreiben. Auf diesem waren wiederum der QR-Code, die Zugangsdaten und Kontaktmöglichkeiten für die Befragten enthalten. Das Erinnerungsschreiben wurde auch die Personen versandt, die vorab lediglich per Email eingeladen wurden.

2.4 Erhebungsinstrument

Der Onlinefragebogen wurde vom GLEN-Team selbst programmiert, getestet und gehostet.

2.5 Incentivekonzept

Auch für die Rekrutierungsbefragung war der Einsatz monetärer Incentives vorgesehen, um so die Teilnahmemotivation der Befragungspersonen und damit auch die Ausschöpfungsquote zu steigern.

Das Prepaid-Incentive in Höhe von 5 Euro kam jedoch nur bei denjenigen Personen zum Einsatz, die in der Rekrutierungsbefragung auf Papier teilgenommen hatten und sollte einen Push zur Online-Teilnahme bewirken.

Diejenigen Personen, die bereits in der Rekrutierungsbefragung online teilgenommen hatten, erhielten – unabhängig davon, ob sie postalisch oder per Email eingeladen wurden, ihr Incentive nach der Teilnahme an der Starterbefragung. Hierfür standen den Befragten mehrere Möglichkeiten zur Verfügung:

- Überweisung
- Spende
- Gutschein (REWE, Rossmann, Amazon).

Auch das Postpaid-Incentive hatte einen Wert von 5 Euro.

2.6 Kontaktmöglichkeiten für Zielpersonen

Um für die zu befragenden Personen die Möglichkeit zu schaffen, Rückfragen an das Institut schnell, unkompliziert und im persönlichen Gespräch stellen zu können, wurden verschiedene Kontaktmöglichkeiten eingerichtet.

Telefonische Hotline für Befragte

Den zu befragenden Personen stand von Montag bis Freitag im Zeitraum von 9:00-17:00 Uhr eine kostenfreie telefonische Hotline zur Verfügung. Die entsprechende Telefonnummer wurde in den Anschreiben, im Flyer und auf der Befragungsw Webseite erwähnt. Über diese Hotline konnten Absagen und Auskunfts- / Löschersuchen entgegengenommen werden, Fragen geklärt, Befragungsbereitschaft signalisiert und Kontaktdaten hinterlassen werden. Die Mitarbeiterinnen, die im Rahmen von GLEN die zentrale Hotline und die Email-Adresse betreuten, wurden von der Projektleitung anhand schriftlicher Unterlagen in die Studie eingewiesen.

Zentrale Email-Adresse

Neben der Telefon-Hotline wurde eine projektspezifische Email-Adresse (LUM@veriangroup.com) eingerichtet, die ebenfalls für die Befragungspersonen zur Verfügung stand und zahlreich genutzt wurde. Bearbeitet wurden die eingegangenen Emails von den Mitarbeiterinnen der telefonischen Hotline, die bereits projektspezifisch geschult waren.

Für den Fall, dass die Hotline-Mitarbeiterinnen unsicher waren, wie mit dem jeweiligen Befragtenanliegen umzugehen war, wurde die Projektleitung zeitnah informiert, und es wurde ein entsprechendes Vorgehen abgestimmt.

3 Ergebnisse der Feldarbeit

3.1 Feldeinsatzstichprobe

Entsprechend der oben beschriebenen Definition von Befragungspersonen für die Starterbefragung wurden insgesamt 24.549 Personen per Email und / oder postalisch kontaktiert.

Für die postalische Kontaktierung der Zielpersonen ist zwar bekannt, an welchen Tagen die Versandunterlagen an die Post übergeben wurden, aber nicht, wie zügig diese weiterverarbeitet und letztendlich zugestellt wurden. Beim Versand der Einladungsschreiben zur Starterbefragung ist davon auszugehen, dass bedingt durch einen Streik bei der Deutschen Post die Anschreiben mit einem Zeitverzug von 2 bis 3 Tagen in die Weiterverarbeitung bei der Post gegangen sind. Die Übergabe der Briefe an die Deutsche Post erfolgte am 27.01.2025 – die meisten adressbedingten Rückläufer wiesen einen Poststempel vom 29.01.2025 auf.

Die nachfolgende Tabelle 4 zeigt die Versände, die im Feldverlauf stattfanden.

Tabelle 4: Kontaktierungsverlauf

	Personen ohne Email-Registrierung	Personen mit Email-Registrierung
Erstkontakt (Brief / Email)	<p>Versand am 27.01.2025</p> <p>N = 10.767 (darunter 8.199 Online und 2.568 Papier)</p>	<p>Insgesamt N = 13.708</p> <p>Versand am 28.01.2025 (N = 7.505)</p> <p>Versand am 29.01.2025 (N = 5.764)</p> <p>Versand am 31.01.2025 (N = 439)</p>
Erinnerung (Email)		<p>Insgesamt N = 7.265</p> <p>Versand am 13.02.2025 (Abbrecher), N = 609</p> <p>Versand am 13.02.2025 (ohne Rückmeldung), N = 3.858</p> <p>Versand am 14.02.2025 (ohne Rückmeldung), N = 2.798</p>
Erinnerung (Brief)	<p>Versand am 17.02.2025</p> <p>N = 6.045</p>	<p>Versand am 17.02.2025</p> <p>N = 4.775</p>

Auf Basis des Rücklaufs (insbesondere der ersten Onlineinterviews) und der Anrufe auf der Zielpersonen-Hotline kann zwar abgeschätzt werden, wann frühestens die Zustellung erfolgte. Allerdings ist damit für die spezifische Zielperson nicht bekannt, wann diese die Unterlagen tatsächlich erhalten hat. Auszugehen ist davon, dass sich die Zustellung stets über mehrere Tage erstreckt. Von daher sind (exakte) Aussagen beispielsweise dazu, wie zeitnah zum Erhalt Fragebögen durch die Befragten ausgefüllt und zurückgeschickt werden, schwierig bzw. nur näherungsweise möglich.

3.2 Umgang mit Adressproblemen

Meldung unzustellbarer Briefe durch die Deutsche Post

Alle Briefe an die Zielpersonen wurden mit Premium Adress, einem Service der Deutschen Post, versandt. Ausgewählt wurde hierbei die Variante Brief Plus – d.h., im Fall einer Unzustellbarkeit wurde das Ergebnis (neue Adresse oder Information, dass eine Zustellung nicht möglich war) digital an Verian übermittelt, im Falle einer neuen Adresse erfolgte sofort die Weiterleitung des Briefes an diese. Unzustellbare Briefe wurden an Verian zurückgesandt.

Leider sind beide Informationen nicht in allen Fällen deckungsgleich – d.h., es gibt Adressen, bei denen es eine Meldung über Unzustellbarkeit gab, der Brief aber nicht zurückkam. Es gibt aber auch Adressen, bei denen der Brief unzustellbar zurückkam, es aber keine digitale Übermittlung dieser Information gab (siehe Tabelle 5).

Tabelle 5: Art der Rückmeldung bei unzustellbaren Briefen

	Häufigkeit	Prozent
Meldung „wird nachgesendet“, davon	63	29,0
• ohne Weitergabe der neuen Adresse	18	
• trotzdem Brief zurück	5	
Meldung „wird zurückgesendet“, davon	149	68,7
• Brief zurück	144	
Keine Meldung digital, aber Brief zurück	5	2,3
GESAMT	217	100,0

Verian 2025

Was in den Fällen, in denen der Brief – trotz Meldung – nicht zurückgesandt wurde, mit dem Brief passierte, ist leider nicht nachvollziehbar.

Insgesamt wurden 47 neue Adressen durch die Deutsche Post übermittelt, eine Weiterleitung des Briefes an die neue Adresse ohne Weitergabe der Adresse an Verian erfolgte in 18 Fällen.

Alle Adressen, an die das Anschreiben nicht zugestellt werden konnte und für die keine neuen Informationen durch die Deutsche Post übermittelt wurden, wurden über die Einwohnermeldeämter recherchiert. Insgesamt wurden 167 Adressen in die EWMA-Recherche gegeben – für 45% der Adressen konnte eine neue bzw. ergänzte Adresse in Erfahrung gebracht werden.

Tabelle 6: Ergebnisse der EWMA-Recherche

	Häufigkeit	Prozent
(noch) kein Ergebnis	10	6,0
Alte Adresse bestätigt	68	40,7
Ins Ausland verzogen	3	1,8
Ergänzung der alten Adresse	7	4,2
Neue Adresse	68	40,7
ZP nicht bekannt	7	4,2
ZP verstorben	4	2,4
GESAMT	167	100,0

Verian 2025

3.3 Ausschöpfung und finale Bearbeitungsergebnisse

Während bei F2F-Erhebungen jeder Kontakt und Kontaktversuch sowie das finale Bearbeitungsergebnis je Feldphase durch die Interviewer*innen zu dokumentieren sind, liegen bei einer ausschließlich schriftlich-postalischen Kontaktierung „Bearbeitungsergebnisse“ nur dann vor, wenn das Erhebungsinstitut auf einem der zur Verfügung stehenden Kanäle aktiv eine Rückmeldung erhält. Dies kann durch die angeschriebene Person selbst, ein Haushaltsmitglied oder – im Falle von Problemen bei der Zustellbarkeit – durch die Post erfolgen. Letztendlich liegen bei schriftlich-postalischer Kontaktierung jedoch in der Regel zu rund der Hälfte der Bruttostichprobe keine Informationen vor.

Die Stichprobe ging mit dem Versand der Ersteinladungen ab dem 27.01.2025 ins Feld. Die Befragungspersonen bekamen sowohl ein Anschreiben mit einem persönlichen Zugang zum Onlinefragebogen als auch Datenschutzblatt zugesandt. Insgesamt wurden 24.549 Personen erneut kontaktiert – entweder per Email und / oder auf Papier.

Am 01.04.2025 wurde der Onlinefragebogen auf inaktiv gesetzt. Damit endete die Feldzeit der Online-Befragung an diesem Tag. Innerhalb der Feldzeit wurden n = 16.893 vollständige und gültige Interviews realisiert.

Bezogen auf die Ausschöpfung sind verschiedene Darstellungsweisen denkbar:

- 16.893 Personen netto / 31.025 Teilnehmenden der Rekrutierungsbefragung = 54,4%

Hierbei wird jedoch außen vor gelassen, dass nicht alle Teilnehmenden der Rekrutierungsbefragung ihre Zustimmung für weitere Befragungen gegeben haben. Hinzu kommt, dass bestimmte Personen (vorwiegend die Personen, die in der Rekrutierungsbefragung auf Papier teilgenommen haben) nicht zur Starterbefragung eingeladen wurden. Korrekter wäre für die Abschätzung der Teilnahmebereitschaft für die Starterbefragung das Verhältnis von teilgenommenen zu kontaktierten Personen.

- 16.893 Personen netto / 25.172 Teilnehmende der Rekrutierungsbefragung mit Consent = 67,1%
- 16.893 Personen netto / 24.549 für die Starterbefragung angeschriebenen Personen = 68,8%

Tabelle 7: Finales Bearbeitungsergebnis

	Anzahl	%
Kein Ergebnis	6.575	26,8
Verweigerung ohne Angabe von Gründen	14	0,1
Verweigerung: kein Interesse	1	0,0
Verweigerung: ZP dauerhaft krank	1	0,0
Adressausfall: unzustellbar	185	0,8
ZP ins Ausland verzogen	3	0,0
ZP verstorben	6	0,0
Nur Papierbogen gewünscht	36	0,1
Hotlinekontakt, aber keine Teilnahme oder Verweigerung	5	0,0
Temporäre Verweigerung	1	0,0
Online-Teilnahme vollständig	16.893	68,8
Online-Teilnahme unvollständig	791	3,2
Person fälschlicherweise eingeladen	38	0,2
GESAMT	24.549	100,0

Tabelle 8: Finales Ergebnis nach Befragtengruppe

	Onliner mit Maskottchen	Papier ohne Maskottchen	Onliner ohne Maskottchen	Papier mit Maskottchen	Reine Onliner
Kein Ergebnis	557 (36,9%)	862 (41,5%)	2.432 (36,4%)	222 (45,3%)	2.502 (18,2%)
Verweigerung ohne Angabe von Gründen	-	8 (0,4%)	4 (0,1%)	1 (0,2%)	1 (0,0%)
Verweigerung: kein Interesse	-	-	1 (0,0%)	-	-
Verweigerung: ZP dauerhaft krank	-	1 (0,0%)	-	-	-
Adressausfall: unzustellbar	22 (1,5%)	18 (0,9%)	76 (1,1%)	3 (0,6%)	66 (0,5%)
ZP ins Ausland verzogen	-	-	1 (0,0%)	-	2 (0,0%)
ZP verstorben	1 (0,1%)	-	1 (0,0%)	-	4 (0,0%)
Nur Papierbogen gewünscht	-	28 (1,3%)	1 (0,0%)	7 (1,4%)	-
Hotlinekontakt, aber keine Teilnahme oder Verweigerung	1 (0,0%)	1 (0,0%)	2 (0,0%)	-	1 (0,0%)
Temporäre Verweigerung	-	1 (0,0%)	-	-	-
Online-Teilnahme vollständig	903 (59,8%)	1.125 (54,1%)	4.013 (60,0%)	242 (49,4%)	10.610 (77,0%)
Online-Teilnahme unvollständig	26 (1,7%)	31 (1,5%)	155 (2,3%)	11 (2,2%)	568 (4,1%)
Person fälschlicherweise eingeladen	-	3 (0,1%)	3 (0,0%)	4 (0,8%)	28 (0,2%)
GESAMT	1.510 (100,0%)	2.078 (100,0%)	6.689 (100,0%)	490 (100,0%)	13.782 (100,0%)

3.4 Hotline

Um für die in der Stichprobe enthaltenen, zu befragenden Personen die Möglichkeit zu schaffen, Rückfragen an das Institut schnell, unkompliziert und im persönlichen Gespräch stellen zu können, wurde eine telefonische Zielpersonen-Hotline eingerichtet. Die Zeiten, zu denen die Befragungspersonen ihre Fragen an die Hotline richten konnten, waren von Montag bis Freitag von 9:00 bis 17:00 Uhr.

Zudem wurde ein eigenes Email-Postfach mit einer projektspezifischen Email-Adresse (LUM@veriangroup.com) eingerichtet, an welche die Befragungspersonen schreiben konnten. Die Nachrichten in diesem Postfach wurden ebenfalls von den Kolleginnen und Kollegen der Zielpersonen-Hotline bearbeitet und in der Hotline-Datenbank von Verian vermerkt. Darüber hinaus wurden in der Hotline-Datenbank auch postalische Rückmeldungen an Verian sowie alle Rückmeldungen von Befragungspersonen an das GLEN-Team (Anrufe, Emails, Briefe) aufgenommen.

Die Anzahl an registrierten Hotline-Ereignissen beläuft sich auf 76. Von diesen Rückmeldungen waren gut 35% Absagen. Die Anzahl an Adressen mit Hotline-Einträgen und den Grund des Anrufs bzw. der Meldung der angeschriebenen Personen zeigt Tabelle 9.

Tabelle 9: Art der Hotline-Ereignisse

	Anzahl	%
Anfrage zum Incentive	-	-
Anfrage zum Datenschutz	-	-
Anfrage zum Projekt (Hintergrund, Auftraggeber)	32	42,1
Anforderung Papierfragebogen	4	5,3
ZP hat Fragen zur Technik	2	2,6
Absage der Teilnahme	27	35,5
Befragungsbereitschaft	2	2,6
Mitteilung Kontaktdaten	8	10,5
Datenschutzfälle (Löschung, Sperrung)	1	1,3
GESAMT	76	100,0

Unter „Kontaktdaten“ wurde eine Adressaktualisierung (Adresse und / oder Email-Adresse) durch die Zielpersonen erfasst.

Tabelle 10: Übersicht Hotline-Absagen nach Hauptgrund der Absage

	Häufigkeit	Prozent
Ohne Begründung	1	3,7
ZP verstorben	2	7,4
ZP wohnt nicht mehr unter angegebener Adresse	-	-
ZP lebt in Anstalt und nicht in Privathaushalt	-	-
ZP nicht teilnahmebereit, weil...	19	70,4
ZP spricht nicht hinreichend gut deutsch	-	-
Allgemeine Verweigerung	1	3,7
Andere Gründe	4	14,8
GESAMT	27	100,0

3.5 Interviewdauer und -zeit

Geplant war eine durchschnittliche Dauer von 15-20 Minuten.

Die Zeitmessung erfolgte durch entsprechende Zeitstempel zu Beginn und am Ende des Fragebogens. In der folgenden Darstellung wird die als Differenz zwischen Endzeit- und Anfangszeitmarke gebildete Interviewdauer verwendet. Die Fälle, bei denen es eine nachgewiesene Unterbrechung² beim Ausfüllen gab, sind dabei nicht berücksichtigt. Zudem wurden Dauern über 100 Minuten von der

² Enddatum des Interviews ist ein anderes als das Startdatum. In knapp 33% der betreffenden Fälle wurde das Interview am nächsten oder übernächsten Tag beendet.

Analyse ausgeschlossen, da hier vermutet werden kann, dass die Befragung für einen längeren Zeitraum unterbrochen wurde.

Insgesamt liegt für 15.542 Interviews eine Angabe zur Interviewdauer vor. Für die verbleibenden Befragungen liegen aus folgenden Gründen keine zuverlässigen Informationen zur Interviewdauer vor:

- Interview an einem anderen Tag fortgesetzt als gestartet (n = 942)
- Interviewdauer länger als 100 Minuten (längere Unterbrechung während des Ausfüllens, n = 409).

Die Interviews, die an einem anderen Tag beendet wurden als sie gestartet wurden, wurden zu 24% am darauffolgenden Tag beendet (Tabelle 11), der größte Teil aber mindestens 14 Tage später. Vor allem an den Tagen der Erinnerung per Email wurde eine Vielzahl an zuvor begonnenen Interviews abgeschlossen.

Tabelle 11: Abstand der Beantwortung bei unterbrochenen Interviews

	Gesamt
1 Tag später	227
2 Tage später	82
3 Tage später	39
4 bis 13 Tage später	279
14 und mehr Tage später	315
GESAMT	942

Tabelle 12 dokumentiert die Eckdaten der Interviewdauer der gültigen Interviews. Der Mittelwert liegt bei 20,2 Minuten, der Median bei 16,0 Minuten. Die kürzeste Befragungsdauer beträgt zwei Minuten, die längste – einschränkungsbedingt – 100 Minuten. Männer und Frauen unterscheiden sich hierbei kaum.

Tabelle 12: Interviewdauer

	Gesamt
Mittelwert	20,2 Minuten
Getrimmter Mittelwert	18,6 Minuten
Median	16,0 Minuten
Minimum	2 Minuten
Maximum	100 Minuten

Gruppiert man die Interviewdauer, so zeigt sich, dass gut 40% der Interviews bis zu 15 Minuten dauerten, weitere gut 20% zwischen 15 und 20 Minuten. Über 35% der Interviews dauerten 20 Minuten und länger (siehe Tabelle 13).

Tabelle 13: Interviewdauer (gruppiert)

	Häufigkeit	Prozent
Unter 10 Minuten	1.942	12,5
10 bis unter 15 Minuten	4.403	28,3
15 bis unter 20 Minuten	3.441	22,1
20 bis unter 25 Minuten	2.050	13,2
25 bis unter 30 Minuten	1.235	7,9
30 Minuten und länger	2.471	15,9
GESAMT	15.542	100,0

Die Interviews³ wurden zu über 20% an einem Mittwoch gestartet, Montag war der Tag, an dem am seltensten (9,5%) Interviews begonnen wurden. Betrachtet man die Uhrzeit, zu der die Interviews gestartet wurden, sieht man eine gleichmäßige Verteilung über den Tag. Nur jeweils 12% bzw. 8% der Interviews wurden vor 9 Uhr bzw. nach 21 Uhr gestartet. Die meisten Interviews begannen zwischen 15 und 18 Uhr. Die nachfolgenden zwei Tabellen 14 und 15 informieren über den Wochentag und die Uhrzeit (Startzeit des Interviews) der Interviews.

Tabelle 14: Interviews nach Wochentagen

	Häufigkeit	Prozent
Montag	1.606	9,5
Dienstag	2.768	16,4
Mittwoch	3.482	20,6
Donnerstag	1.663	9,8
Freitag	3.180	18,8
Samstag	2.128	12,6
Sonntag	2.066	12,2
GESAMT	16.893	100,0

Tabelle 15: Interviews nach Startzeit des Interviews

	Häufigkeit	Prozent
Vor 9 Uhr	2.010	11,9
9 bis 12 Uhr	3.461	20,5
12 bis 15 Uhr	3.402	20,1
15 bis 18 Uhr	3.658	21,7
18 bis 21 Uhr	2.972	17,6
21 Uhr und später	1.390	8,2
GESAMT	16.893	100,0

³ Hier wurden alle vollständigen Online-Interviews berücksichtigt – unabhängig davon, wie lange das Interview gedauert hat und ob es am selben Tag beendet wurde.

3.6 Realisierung von Interviews im Zeitverlauf

In der Darstellung nach Feldtagen sind Interviews, die ab Feldstart durchgeführt wurden, gesammelt dargestellt (siehe Abbildung 3). Klar erkennbar ist das Versanddatum des Erinnerungsschreibens, denn unmittelbar danach kam es zu einem Anstieg der Interviewzahlen.

Abbildung 1: Fallzahlentwicklung Online-Interviews im Feldverlauf nach Interviewdatum

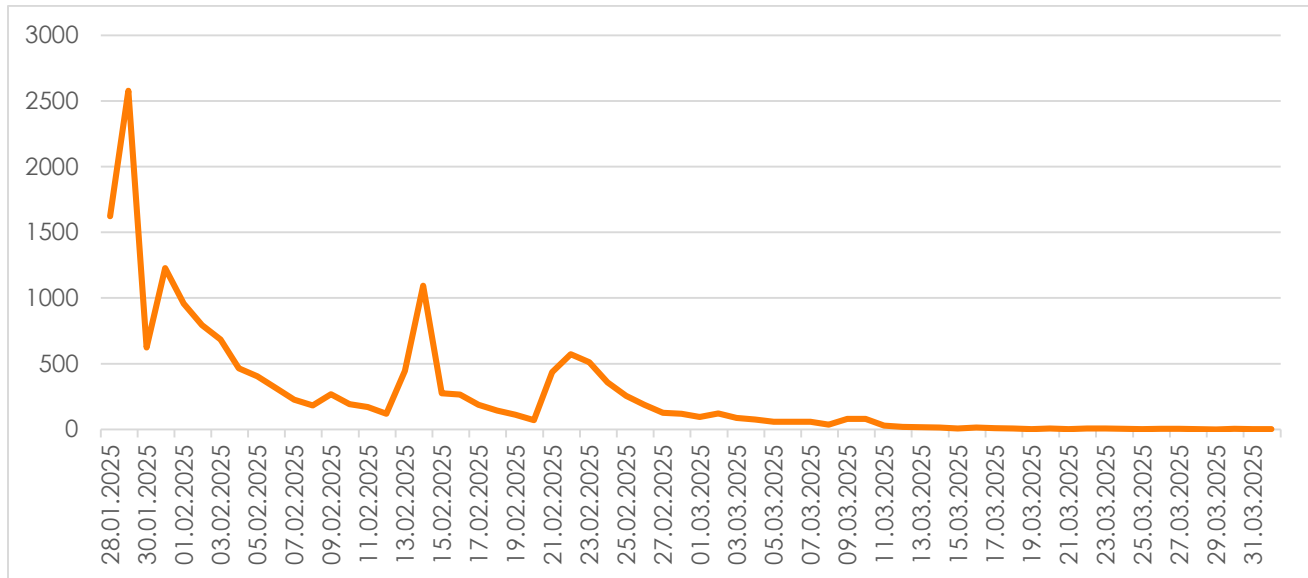


Tabelle 16: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden (postalischer Erstkontakt)

	Personen ohne Erinnerung I	Personen mit Erinnerung I	Gesamt
Kein Ergebnis	-	4.073 (67,4%)	4.073 (37,8%)
Verweigerung ohne Angabe von Gründen	4 (0,1%)	9 (0,1%)	13 (0,1%)
Verweigerung: kein Interesse	1 (0,0%)	-	1 (0,0%)
Verweigerung: ZP dauerhaft krank	1 (0,0%)	-	1 (0,0%)
Adressausfall: unzustellbar	71 (1,5%)	48 (0,8%)	119 (1,1%)
ZP ins Ausland verzogen	1 (0,0%)	-	1 (0,0%)
ZP verstorben	-	2 (0,0%)	2 (0,0%)
Nur Papierbogen gewünscht	33 (0,7%)	3 (0,0%)	36 (0,3%)
Hotlinekontakt, aber keine Teilnahme oder Verweigerung	-	4 (0,1%)	4 (0,0%)
Temporäre Verweigerung	1 (0,0%)	-	1 (0,0%)
Online-Teilnahme vollständig	4.425 (93,7%)	1.858 (30,7%)	6.283 (58,4%)
Online-Teilnahme unvollständig	182 (3,9%)	41 (0,7%)	223 (2,1%)
Person fälschlicherweise eingeladen	3 (0,1%)	7 (0,1%)	10 (0,1%)
GESAMT	4.722 (100,0%)	6.045 (100,0%)	10.767 (100,0%)

Tabelle 17: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden (Erstkontakt per Email)

	Personen ohne Erinnerung	Personen mit Erinnerung per Email	Personen mit Erinnerung per Brief	Gesamt
Kein Ergebnis	-	-	2.502 (52,4%)	2.502 (18,2%)
Verweigerung ohne Angabe von Gründen	-	-	1 (0,0%)	1 (0,0%)
Verweigerung: kein Interesse	-	-	-	-
Verweigerung: ZP dauerhaft krank	-	-	-	-
Adressausfall: unzustellbar	-	-	66 (1,4%)	66 (0,5%)
ZP ins Ausland verzogen	-	-	2 (0,0%)	2 (0,0%)
ZP verstorben	-	1 (0,0%)	3 (0,1%)	4 (0,0%)
Nur Papierbogen gewünscht	-	-	-	-
Hotlinekontakt, aber keine Teilnahme oder Verweigerung	-	-	1 (0,0%)	1 (0,0%)
Temporäre Verweigerung	-	-	-	-
Online-Teilnahme vollständig	6.356 (98,6%)	2.135 (83,5%)	2.119(44,4%)	10.610 (77,0%)
Online-Teilnahme unvollständig	85 (1,3%)	415 (16,2%)	68 (1,4%)	568 (4,1%)
Person fälschlicherweise eingeladen	8 (0,1%)	7 (0,3%)	13 (0,3%)	28 (0,2%)
GESAMT	6.449 (100,0%)	2.558 (100,0%)	4.775(100,0%)	13.782 (100,0%)

Man sieht, dass knapp 20% der Teilnehmenden, die per Email im Erstkontakt angeschrieben wurden, erst dann teilgenommen haben, als die Erinnerung auf Papier versandt wurde.

Einige der Personen aus der Gruppe derjenigen, die sich in der Rekrutierungsbefragung mit einer Email-Adresse registriert hatten, wurden sowohl online als auch auf Papier erinnert, wie die folgende Tabelle 18 zeigt:

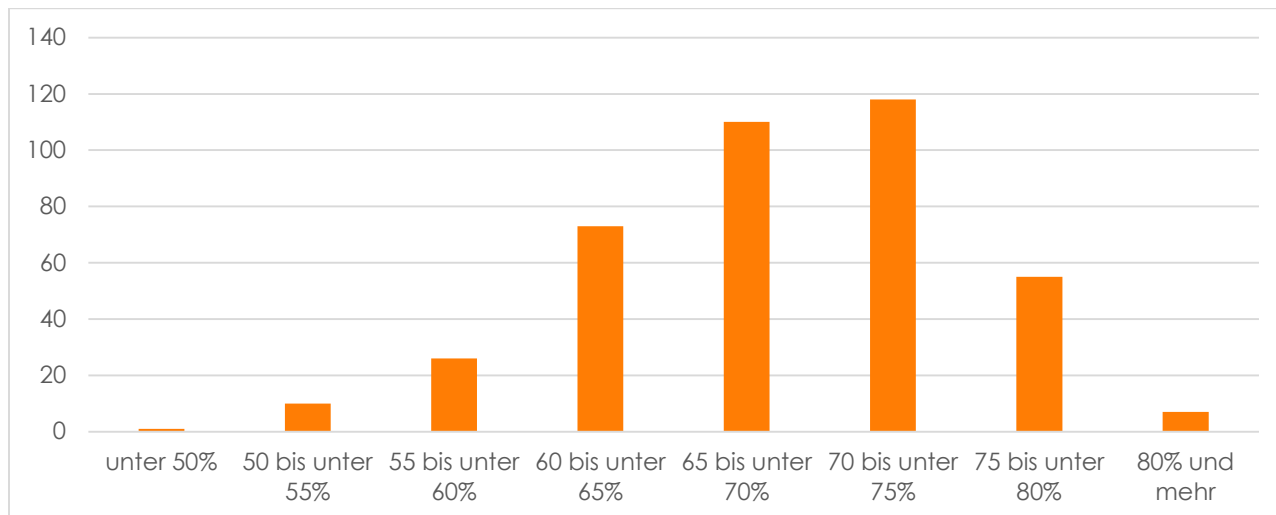
Tabelle 18: Befragte pro Erinnerung

	Anzahl	%
Erinnerung Abbrecher Online versandt	609	4,5
Erinnerung noch nicht begonnen Online versandt	1.949	14,6
Erinnerung auf Papier versandt	6.113	45,7
Erinnerung Online und auf Papier versandt	4.707	35,2
GESAMT	13.378	100,0

3.7 Ergebnisse auf Ebene der Sample Points

Die folgende Abbildung verdeutlicht die Unterschiede in der Ausschöpfung auf Ebene der Sample Points. Ins Verhältnis gesetzt wurden dabei die Personen, die online an der Starterbefragung teilgenommen haben zu diejenigen, die per Brief oder Email zur Starterbefragung eingeladen wurden. Lediglich eine Primary Sampling Unit (PSU) erreichte eine Ausschöpfung von unter 50% - die deutliche Mehrheit erreichte mindestens 65%. Spitzenreiter ist ein Sample Point mit 85% Ausschöpfung.

Abbildung 2: Anzahl PSU nach erreichter Ausschöpfung



3.8 Incentive

Die Befragten, die nicht bereits mit dem Anschreiben ein Prepaid-Incentive in Höhe von 5 Euro in bar erhielten, konnten nach der Teilnahme an der Online-Starterbefragung die Art des Incentives auswählen. Zur Wahl standen dabei

- Gutscheine
- Überweisung
- Spenden

Die folgende Tabelle 19 stellt die gewählte Incentivierung dar.

Tabelle 19: Gewähltes Incentive

	Anzahl	%
5 Euro Überweisung	2.767	17,8
5 Euro Gutschein (Amazon)	3.306	21,3
5 Euro Gutschein (Rossmann)	1.879	12,1
5 Euro Gutschein (REWE)	1.322	8,5
5 Euro Spende (Aktion Deutschland Hilft)	3.146	20,3
5 Euro Spende (Deutsche Welthungerhilfe)	2.980	19,2
Keine Angabe	126	0,8
GESAMT	15.526	100,0

3.9 Registrierung mit Email-Adresse

Neben der weiteren Erhebung inhaltlicher Angaben der Befragten sollte die Starterbefragung auch dazu dienen, möglichst den Anteil der Befragten, die sich mit ihrer Email-Adresse registrieren, weiter zu erhöhen. Die folgende Tabelle 20 verdeutlicht, in welchem Umfang dies gelungen ist.

Tabelle 20: Anteil an Befragten mit registrierter Email-Adresse

	Anzahl	%
Email-Adresse konnte in Starterbefragung verifiziert werden	2.624	24,2
Keine Email-Adresse generiert	8.201	75,8
GESAMT	10.825⁴	100,0

3.10 Vergleich Brutto- und Nettostichprobe

Um einen Eindruck darüber zu gewinnen, wie gut die befragten Personen die Grundgesamtheit in Deutschland abbilden, werden im Folgenden Strukturvergleiche vorgenommen. Dabei werden die Strukturen der Bruttostichprobe – wie sie von den jeweiligen Einwohnermeldeämtern geliefert wurden – denen der Nettostichprobe gegenübergestellt. Dabei werden nur vollständige Interviews berücksichtigt. Die Angaben aus der Rekrutierungsbefragung sind in den Tabellen weiterhin enthalten – hierüber kann man erkennen, ob sich mit zusätzlichen Befragungswellen die Struktur der Stichprobe verändert.

Für die Bruttostichprobe werden die folgenden Merkmale untersucht:

- Geschlecht
- Altersgruppe
- Staatsangehörigkeit bzw. Information über deutsch / nicht deutsch
- Bundesland
- Politische Gemeindegrößenklasse
- BIK-Typ.

Die Informationen wurden von den Einwohnermeldeämtern zur Verfügung gestellt. Jedoch wurden nicht immer alle Informationen geliefert, sodass es bspw. Personen gibt, bei denen keine Information zur Altersgruppe vorlag. Zur besseren Vergleichbarkeit werden dieselben Merkmale der Bruttostichprobe auch für die Nettostichprobe herangezogen – hier gefiltert auf vollständige Interviews. Neue Adressen (und damit mögliche neue politische Gemeindegrößenklasse oder neuer BIK-Typus) wurden hier nicht berücksichtigt, ebenso ggf. aktualisierte Informationen zum Alter und / oder Geschlecht der Zielpersonen aus den Nettointerviews.

Demographische Merkmale

Man sieht in dieser Betrachtungsweise, dass die Strukturen der Nettostichprobe bezüglich Alter grundsätzlich recht gut zur Verteilung in der Bruttostichprobe passen. Personen über 85 Jahre sind in geringerem Umfang befragt worden. Dies lässt sich durch die besonderen Anforderungen der Befragungssituation erklären, die für manche ältere Personen eine Herausforderung darstellen kann. Aber auch die beiden jüngsten Altersgruppen (geboren 1990 und später) haben sich in geringerem

⁴ Die restlichen Personen hatten sich entweder bereits in der Rekrutierungsbefragung mit ihrer Email-Adresse registriert oder nutzen zusammen mit einem / einer anderen Befragten dieselbe Email-Adresse (bspw. Paare).

Umfang an der Befragung beteiligt. Dafür sind die Geburtsjahrgänge 1960 bis 1969 überrepräsentiert (Tabelle 21).

Tabelle 21: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach Alter und Geschlecht

	Brutto (%)	Netto Rekrutierung (%)	Netto Starterbefragung (%)
Geboren bis einschließlich 1939	3,9	2,6	1,3
Geboren 1940 bis einschließlich 1949	8,6	8,1	5,9
Geboren 1950 bis einschließlich 1959	13,2	15,6	15,3
Geboren 1960 bis einschließlich 1969	18,5	21,1	22,2
Geboren 1970 bis einschließlich 1979	14,6	15,1	15,9
Geboren 1980 bis einschließlich 1989	15,9	15,9	16,7
Geboren 1990 bis einschließlich 1999	14,7	12,7	13,4
Geboren 2000 und später	8,3	6,6	6,8
Keine Angabe geliefert	2,3	2,3	2,5
GESAMT	100,0	100,0	100,0
Männlich			
Männlich	47,9	47,2	47,4
Weiblich			
Weiblich	49,8	50,5	50,1
Nicht bekannt			
Nicht bekannt	2,3	2,3	2,5
GESAMT	100,0	100,0	100,0

Zudem konnten Frauen etwas häufiger zur Teilnahme motiviert werden als Männer.

Beim Vergleich von Personen mit deutscher Staatsangehörigkeit mit Personen ohne deutsche Staatsangehörigkeit ergibt sich ein aus anderen sozialwissenschaftlichen Erhebungen bekanntes Bild. Der Anteil der Nichtdeutschen (bezogen auf vollständige Interviews) ist in der Nettostichprobe deutlich niedriger als er sein sollte (Tabelle 22).

Tabelle 22: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach Staatsbürgerschaft deutsch / nicht deutsch

	Brutto (%)	Netto Rekrutierung (%)	Netto Starterbefragung (%)
Deutsch	81,5	89,2	91,5
Nicht-deutsch	15,1	7,5	5,1
Nicht bekannt	3,4	3,4	3,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0

Regionale Merkmale

Auf regionaler Ebene sind die verfügbaren Merkmale Bundesland, politische Gemeindegrößenklasse sowie BIK-Gemeindetyp. Insgesamt zeigt sich, dass die Verteilung der Nettointerviews nach Bundesland relativ gut zur Verteilung der Bruttostichprobe der Rekrutierungsbefragung passt. Größere absolute Abweichungen (über 1%) finden sich wiederum in Nordrhein-Westfalen und Bayern.

Tabelle 23: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach Bundesland

	Brutto (%)	Netto Rekrutierung (%)	Netto Starterbefragung (%)
Schleswig-Holstein	3,5	3,0	3,2
Hamburg	2,3	2,1	2,3
Niedersachsen	9,5	9,9	9,9
Bremen	0,8	0,7	0,7
Nordrhein-Westfalen	21,3	19,8	19,8
Hessen	7,5	7,2	6,9
Rheinland-Pfalz	4,8	4,4	4,3
Baden-Württemberg	13,5	13,8	13,7
Bayern	16,0	18,7	19,7
Saarland	1,3	1,0	1,0
Berlin	4,5	3,9	4,0
Brandenburg	3,3	3,3	3,2
Mecklenburg-Vorpommern	2,0	2,0	1,9
Sachsen	4,8	5,3	4,8
Sachsen-Anhalt	2,8	2,5	2,5
Thüringen	2,5	2,4	2,1
Gesamt	100,0	100,0	100,0

Die Tabellen zur regionalen Verteilung bestätigen, dass die Teilnahme in großstädtischen Ballungsräumen etwas unterproportional ist und in Gemeinden ab 50.000 Einwohnern vergleichsweise weniger Interviews realisiert werden können. Ähnliches ist auch aus F2F-Studien bekannt und kann zu einem gewissen Teil mit der tendenziell schlechteren Adressqualität (häufigere Umzüge in Großstädten) und einem höheren Anteil an nicht deutscher Bevölkerung erklärt werden.

Tabelle 24: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach GKPOL

	Brutto (%)	Netto Rekrutierung (%)	Netto Starterbefragung (%)
1 1 bis 1.999 EW	5,5	6,2	6,2
2 2.000 bis 4.999 EW	9,8	11,2	11,0
3 5.000 bis 19.999 EW	24,7	26,0	25,6
4 20.000 bis 49.999 EW	19,3	18,6	18,5
5 50.000 bis 99.999 EW	8,0	7,4	7,3
6 100.000 bis 499.999 EW	15,3	14,0	14,5
7 über 500.000 EW	17,5	16,5	16,9
Gesamt	100,0	100,0	100,0

4 Datenprüfung und -bereitstellung

Alle Versandaktionen sowie die entsprechenden Rückläufe wurden in einer Rücklaufdatenbank für jede Befragungsperson der Bruttostichprobe dokumentiert. Zusätzlich aufgenommen wurden hier auch die Informationen, die beim postalischen Versand (Post meldet „nicht zustellbar“) und die ggf. über die Hotline oder über gesonderte Schreiben (postalisch, per Email, etc.) von den Zielpersonen eingingen.

4.1 Bereitgestellte Datensätze

Im Rahmen des Erhebungsprozesses fallen neben den inhaltlichen Daten weitere Datenbestände an, die nicht nur das Endergebnis, sondern auch den Verlauf der Erhebung dokumentieren. An den Auftraggeber wurde das Bruttoband ausgeliefert.

Der Datensatz zur Bruttostichprobe enthielt folgende Informationen:

- ID zur Identifikation der Zielpersonen
- Passwort zur Online-Teilnahme
- Sample Point / PSU
- Gemeindekennziffer
- Politische Gemeindegrößenklasse (GKPOL)
- Altersgruppe und Geburtsjahr (EWMA-Information)
- Geschlecht (EWMA-Information)
- Staatsangehörigkeit Deutsch ja / nein (EWMA-Information)
- Split-Variable (Kennzeichen Methodenexperiment)
- Bearbeitungsergebnis
- Dokumentation der Kontakte (Anschreiben, Erinnerungen)
- Information darüber, welche Fälle für Folgebefragungen nicht mehr berücksichtigt werden dürfen.

Zusätzlich erhielt das GLEN-Team von Verian nach Ende der Feldzeit den Methodenbericht mit detaillierten Informationen zu Stichprobe und Feldarbeit.

Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen

Tabellen

Tabelle 1: Überblick über das Design.....	3
Tabelle 2: Definition der Befragungspersonen.....	4
Tabelle 3: Aufteilung der Experimentalgruppen.....	5
Tabelle 4: Kontaktierungsverlauf.....	8
Tabelle 5: Art der Rückmeldung bei unzustellbaren Briefen	9
Tabelle 6: Ergebnisse der EWMA-Recherche	9
Tabelle 7: Finales Bearbeitungsergebnis.....	10
Tabelle 8: Finales Ergebnis nach Befragtengruppe	11
Tabelle 9: Art der Hotline-Ereignisse.....	12
Tabelle 10: Übersicht Hotline-Absagen nach Hauptgrund der Absage.....	12
Tabelle 11: Abstand der Beantwortung bei unterbrochenen Interviews	13
Tabelle 12: Interviewdauer	13
Tabelle 13: Interviewdauer (gruppiert)	14
Tabelle 14: Interviews nach Wochentagen	14
Tabelle 15: Interviews nach Startzeit des Interviews.....	14
Tabelle 16: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden (postalischer Erstkontakt).....	15
Tabelle 17: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden (Erstkontakt per Email)	16
Tabelle 18: Befragte pro Erinnerung	16
Tabelle 19: Gewähltes Incentive	17
Tabelle 20: Anteil an Befragten mit registrierter Email-Adresse.....	18
Tabelle 21: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach Alter und Geschlecht	19
Tabelle 22: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach Staatsbürgerschaft deutsch / nicht deutsch	19
Tabelle 23: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach Bundesland.....	20
Tabelle 24: Vergleich Brutto- und Nettostichprobe nach GKPOL	20

Abbildungen

Abbildung 1: Fallzahlentwicklung Online-Interviews im Feldverlauf nach Interviewdatum.....	15
Abbildung 2: Anzahl PSU nach erreichter Ausschöpfung	17



GLEN Starter Survey 2025

Invitations and Reminders

1. Postal invitation (Recruitment Survey participation: PAPI)
2. Postal invitation (Recruitment Survey participation: CAWI)
3. Email invitation
4. Postal reminder (Recruitment Survey participation: PAPI)
5. Postal reminder (Recruitment Survey participation: CAWI)
6. Email reminder
7. Email reminder (break-off cases)
8. Postal invitation (Recruitment Survey: PAPI) – Experimental group with illustrated character
9. Postal invitation (Recruitment Survey: CAWI) – Experimental group with illustrated character
10. Postal reminder (Recruitment Survey: PAPI) – Experimental group with illustrated character
11. Postal reminder (Recruitment Survey: CAWI) – Experimental group with illustrated character



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



##123456##
Herr / Frau
Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025

Einladung zur 2. Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Sehr geehrte Vorname Name,

danke, dass Sie vor Kurzem an der ersten Umfrage der LUM-Studie teilgenommen haben. Mit Ihrer Unterstützung haben wir die Studie erfolgreich auf den Weg gebracht. Nun laden wir Sie herzlich zu unserer **zweiten** Befragung ein.

Dieses Mal findet die Umfrage nur online statt. Das spart Papier und Geld und ermöglicht es uns, Ihre Antworten schneller auszuwerten.

Mitmachen ist ganz einfach:

Jetzt teilnehmen!

Besuchen Sie die Webseite der Studie:

www.Lum-Studie.de

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:



XXXXXXXX

Wir wissen, dass manche Menschen lieber auf Papier teilnehmen möchten. Doch wir können nur einen Papier-Fragebogen pro Jahr versenden. Der nächste kommt voraussichtlich im Frühling 2025. Weitere 2–3 kurze Umfragen zu aktuellen Themen bieten wir im Internet an. Es ist sehr wichtig, dass auch unsere Online-Umfragen von möglichst vielen Personen beantwortet werden.

Daher bitten wir Sie: **Machen Sie mit!** Die Online-Umfragen sind ein wichtiger Teil der LUM-Studie.

Unser Dankeschön in Form von **5 Euro** dürfen Sie in jedem Fall behalten.

Sie sind umgezogen oder haben eine neue E-Mail-Adresse?

Schreiben Sie uns bitte eine Nachricht an **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie


Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



##123456##
Herr / Frau
Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025

Einladung zur 2. Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Sehr geehrte Vorname Name,

danke, dass Sie vor Kurzem an der ersten Umfrage der LUM-Studie teilgenommen haben. Mit Ihrer Unterstützung haben wir die Studie erfolgreich auf den Weg gebracht. Nun laden wir Sie herzlich zu unserer **zweiten** Befragung ein.

Mitmachen ist ganz einfach:

Besuchen Sie die Webseite der Studie:

www.Lum-Studie.de

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXXXX

Jetzt teilnehmen!



Die Umfrage dauert nur **wenige Minuten**.

Als Dankeschön erhalten Sie nach der Teilnahme **5 Euro** als Einkaufs-Gutschein oder Überweisung.

Sie sind umgezogen oder haben eine neue E-Mail-Adresse?

Schreiben Sie uns bitte eine Nachricht an **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie


Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

Guten Tag,

danke, dass Sie vor Kurzem an der ersten Umfrage der LUM-Studie teilgenommen haben. Mit Ihrer Unterstützung haben wir die Studie erfolgreich auf den Weg gebracht.

Nun laden wir Sie herzlich zu unserer zweiten Befragung ein.
Hier geht es zum Fragebogen:

[Zur Befragung](#)

Funktioniert der obige Link nicht korrekt? Dann kopieren Sie bitte folgende URL in die Adresszeile Ihres Browsers:

[%link%](#)

Die Umfrage dauert nur **wenige Minuten**.

Als Dankeschön erhalten Sie nach der Teilnahme **5 Euro** als Einkaufsgutschein oder Überweisung.

Sie sind umgezogen oder haben eine neue E-Mail-Adresse?

Schreiben Sie uns bitte eine Nachricht an LUM@veriangroup.de oder rufen Sie uns unter 0800 / 100 14 25 an.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie
Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

Bitte antworten Sie nicht auf diese E-Mail.

Haben Sie Fragen?

Wir stehen Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung:

Telefon: 0800 / 100 14 25 (kostenfrei aus dem deutschen Festnetz)

E-Mail: LUM@veriangroup.de



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



##123456##

Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025

Ihre Teilnahme an der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag Vorname Name,

vor Kurzem haben wir Sie zur zweiten Befragung der LUM-Studie eingeladen.

Sie haben bereits teilgenommen? Herzlichen Dank dafür, Sie brauchen nichts weiter zu tun.

Falls Sie noch nicht teilgenommen haben, bitten wir Sie: **Machen Sie auch dieses Mal wieder mit!**

In dieser Umfrage möchten wir unter anderem wissen, was die Menschen für Deutschland in den nächsten Jahren erwarten. Ihre Meinung dazu ist uns sehr wichtig.

Sie können einfach online teilnehmen, die Umfrage dauert nur wenige Minuten.

Besuchen Sie dafür die Webseite der Studie:

www.Lum-Studie.de

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXXXX

Jetzt teilnehmen!



Die Teilnahme ist **bis zum 10. März** möglich.

Sie möchten lieber einen Papierfragebogen ausfüllen? Leider können wir Ihnen diese Möglichkeit dieses Mal nicht anbieten. Wir freuen uns aber, wenn Sie bei der nächsten Umfrage im Frühling 2025 wieder teilnehmen.

Umzug? Neue E-Mail-Adresse?

Bitte informieren Sie uns über **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie


Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



##123456##

Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025

Ihre Teilnahme an der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag Vorname Name,

vor Kurzem haben wir Sie zur zweiten Befragung der LUM-Studie eingeladen.

Sie haben bereits teilgenommen? Herzlichen Dank dafür, Sie brauchen nichts weiter zu tun.

Falls Sie noch nicht teilgenommen haben, bitten wir Sie: **Machen Sie auch dieses Mal wieder mit!**

In dieser Umfrage möchten wir unter anderem wissen, was die Menschen für Deutschland in den nächsten Jahren erwarten. Ihre Meinung dazu ist uns sehr wichtig.

Sie können einfach online teilnehmen, die Umfrage dauert nur wenige Minuten.

Besuchen Sie dafür die Webseite der Studie:

Jetzt teilnehmen!

www.Lum-Studie.de

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXXXX



Als Dankeschön erhalten Sie nach der Teilnahme **5 Euro** als Einkaufs-Gutschein oder Überweisung.

Die Teilnahme ist **bis zum 10. März** möglich.

Umzug? Neue E-Mail-Adresse?

Bitte informieren Sie uns über **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie


Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

Betreff: Bitte nehmen Sie an der LUM-Studie teil

Guten Tag,

vielen Dank, dass Sie vor Kurzem an der ersten Umfrage unserer Studie „Lebensqualität und Umwelt“ mitgemacht haben!

Leider haben Sie noch nicht an unserer zweiten Umfrage teilgenommen. Doch auch dieses Mal sind Ihre Antworten für unsere Studie sehr wertvoll.

Deshalb bitten wir Sie: Machen Sie auch dieses Mal wieder mit!

Hier geht es zur Umfrage:

[Zur Befragung-Button]

Sie können auch die folgende URL in die Adresszeile Ihres Browsers kopieren:
[personalisierte URL]

Auf der letzten Seite der Umfrage können Sie Ihr **5-Euro-Dankeschön** abholen – wahlweise als Einkaufs-Gutschein oder per Überweisung.

Sie sind umgezogen oder haben eine neue E-Mail-Adresse?

Schreiben Sie uns bitte eine Nachricht an **LUM@veriangroup.de** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

Bitte antworten Sie nicht auf diese E-Mail.

Sie haben Fragen?

Wir stehen Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung:

Telefon: **0800 / 100 14 25** (kostenfrei aus dem deutschen Festnetz)

E-Mail: LUM@veriangroup.de

Betreff: Erinnerung: Bitte schließen Sie Ihre Befragung „Lebensqualität und Umwelt“ ab

Guten Tag,

vielen Dank, dass Sie vor Kurzem mit unserer zweiten Befragung begonnen haben! Wir freuen uns über Ihre Teilnahme.

Leider gab es vereinzelt technische Probleme bei der Online-Befragung. Diese haben wir inzwischen behoben.

Wir bitten Sie deshalb nun nochmals um Ihre Teilnahme. Ihre Antworten sind für unsere Studie sehr wichtig.

Hier geht es zum Fragebogen:

[Zur Befragung-Button]

Funktioniert der obige Link nicht korrekt? Dann kopieren Sie bitte folgende URL in die Adresszeile Ihres Browsers: [personalisierte URL]

Auf der letzten Seite der Umfrage können Sie Ihr **5-Euro-Dankeschön** abholen – wahlweise als Einkaufs-Gutschein oder per Überweisung.

Sie sind umgezogen oder haben eine neue E-Mail-Adresse?

Schreiben Sie uns bitte eine Nachricht an **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

Bitte antworten Sie nicht auf diese E-Mail.

Haben Sie Fragen?

Wir stehen Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung:

Telefon: **0800 / 100 14 25** (kostenfrei aus dem deutschen Festnetz)

E-Mail: LUM@veriangroup.de

##123456##
Herr / Frau
Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025



Einladung zur 2. Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Sehr geehrte Vorname Name,

danke, dass Sie vor Kurzem an der ersten Umfrage der LUM-Studie teilgenommen haben. Mit Ihrer Unterstützung haben wir die Studie erfolgreich auf den Weg gebracht. Nun laden wir Sie herzlich zu unserer **zweiten** Befragung ein.

Dieses Mal findet die Umfrage nur online statt. Das spart Papier und Geld und ermöglicht es uns, Ihre Antworten schneller auszuwerten.

Mitmachen ist ganz einfach:

Jetzt teilnehmen!

Besuchen Sie die Webseite der Studie:

www.Lum-Studie.de

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:



XXXXXXXX

Wir wissen, dass manche Menschen lieber auf Papier teilnehmen möchten. Doch wir können nur einen Papier-Fragebogen pro Jahr versenden. Der nächste kommt voraussichtlich im Frühling 2025. Weitere 2–3 kurze Umfragen zu aktuellen Themen bieten wir im Internet an. Es ist sehr wichtig, dass auch unsere Online-Umfragen von möglichst vielen Personen beantwortet werden.

Daher bitten wir Sie: **Machen Sie mit!** Die Online-Umfragen sind ein wichtiger Teil der LUM-Studie.

Unser Dankeschön in Form von **5 Euro** dürfen Sie in jedem Fall behalten.

Sie sind umgezogen oder haben eine neue E-Mail-Adresse?

Schreiben Sie uns bitte eine Nachricht an **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

##123456##
Herr / Frau
Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025



Einladung zur 2. Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Sehr geehrte Vorname Name,

danke, dass Sie vor Kurzem an der ersten Umfrage der LUM-Studie teilgenommen haben. Mit Ihrer Unterstützung haben wir die Studie erfolgreich auf den Weg gebracht. Nun laden wir Sie herzlich zu unserer **zweiten** Befragung ein.

Mitmachen ist ganz einfach:

Besuchen Sie die Webseite der Studie:

www.Lum-Studie.de

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXXXX

Jetzt teilnehmen!



Die Umfrage dauert nur **wenige Minuten**.

Als Dankeschön erhalten Sie nach der Teilnahme **5 Euro** als Einkaufs-Gutschein oder Überweisung.

Sie sind umgezogen oder haben eine neue E-Mail-Adresse?

Schreiben Sie uns bitte eine Nachricht an **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie


Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

##123456##
Herr / Frau
Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025



Ihre Teilnahme an der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag Vorname Name,
vor Kurzem haben wir Sie zur zweiten Befragung der LUM-Studie eingeladen.
Sie haben bereits teilgenommen? Herzlichen Dank dafür, Sie brauchen nichts weiter zu tun.

Falls Sie noch nicht teilgenommen haben, bitten wir Sie: **Machen Sie auch dieses Mal wieder mit!**
In dieser Umfrage möchten wir unter anderem wissen, was die Menschen für Deutschland in den nächsten Jahren erwarten. Ihre Meinung dazu ist uns sehr wichtig.

Sie können einfach online teilnehmen, die Umfrage dauert nur wenige Minuten.

Besuchen Sie dafür die Webseite der Studie:

www.Lum-Studie.de

Jetzt teilnehmen!

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXXXX



Die Teilnahme ist **bis zum 10. März** möglich.

Sie möchten lieber einen Papierfragebogen ausfüllen? Leider können wir Ihnen diese Möglichkeit dieses Mal nicht anbieten. Wir freuen uns aber, wenn Sie bei der nächsten Umfrage im Frühling 2025 wieder teilnehmen.

Umzug? Neue E-Mail-Adresse?

Bitte informieren Sie uns über **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie


Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München

##123456##
Herr / Frau
Name Nachname
Straße Hausnummer
PLZ Ort
Land

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München
Institut für Soziologie
Konradstr. 6
80801 München

Januar 2025



Ihre Teilnahme an der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag Vorname Name,

vor Kurzem haben wir Sie zur zweiten Befragung der LUM-Studie eingeladen.

Sie haben bereits teilgenommen? Herzlichen Dank dafür, Sie brauchen nichts weiter zu tun.

Falls Sie noch nicht teilgenommen haben, bitten wir Sie: **Machen Sie auch dieses Mal wieder mit!**

In dieser Umfrage möchten wir unter anderem wissen, was die Menschen für Deutschland in den nächsten Jahren erwarten. Ihre Meinung dazu ist uns sehr wichtig.

Sie können einfach online teilnehmen, die Umfrage dauert nur wenige Minuten.

Besuchen Sie dafür die Webseite der Studie:

Jetzt teilnehmen!

www.Lum-Studie.de

Um die Umfrage zu starten, geben Sie bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXXXX



Als Dankeschön erhalten Sie nach der Teilnahme **5 Euro** als Einkaufs-Gutschein oder Überweisung.

Die Teilnahme ist **bis zum 10. März** möglich.

Umzug? Neue E-Mail-Adresse?

Bitte informieren Sie uns über **LUM@veriangroup.com** oder rufen Sie uns unter **0800 / 100 14 25** an. Auch bei Fragen oder technischen Schwierigkeiten sind wir für Sie da.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Teams der LUM-Studie

Prof. Dr. Katrin Auspurg
LMU München