

Methodenbericht

GLEN - Umweltpanel

Welle 1b

Von

Verian Deutschland
(eingetragen als Mantle
Germany GmbH)
Landsberger Str. 187 | Haus D
80687 München

20. Mai 2026

Ihre Ansprechpartner*innen:

Günter Steinacker
gunter.steinacker@veriangroup.com

Philipp Wich
philipp.wich@veriangroup.com

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|-----------|
| 0 | Überblick und Methodensteckbrief | 3 |
| 1 | Auswahl der Befragungspersonen | 4 |
| 2 | Erhebungsdesign und -instrument | 4 |
| 2.1 | Erhebungsdesign | 4 |
| 2.2 | Materialien und Unterlagen | 5 |
| 2.3 | Erhebungsinstrument | 5 |
| 2.4 | Incentivekonzept | 5 |
| 3 | Vorbereitung der Feldarbeit | 6 |
| 3.1 | Kontaktmöglichkeiten für Zielpersonen | 6 |
| 3.2 | Feldeinsatzstichprobe und Versände | 7 |
| 4 | Ergebnisse der Feldarbeit | 8 |
| 4.1 | Umgang mit Adressproblemen | 8 |
| 4.2 | Ausschöpfung und finale Bearbeitungsergebnisse | 9 |
| 4.3 | Hotline | 11 |
| 4.4 | Interviewdauer und -zeit | 12 |
| 4.5 | Realisierung von Interviews im Zeitverlauf | 15 |
| 4.6 | Incentive | 17 |
| 4.7 | Berufecodierung | 18 |
| 4.8 | Vergleich Brutto- und Nettostichprobe | 18 |
| 5 | Datenprüfung und -bereitstellung | 20 |
| 5.1 | Bereitgestellte Datensätze | 20 |
| | Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen | 21 |
| | Tabellen | 21 |
| | Abbildungen | 21 |

o Überblick und Methodensteckbrief

Der vorliegende Methodenbericht bezieht sich auf die nur im Online-modus (CAWI) durchgeführte Welle 1b des Umweltpanels GLEN, die von November 2025 bis Januar 2026 durchgeführt wurde. Dargestellt werden die Auswahl der Befragungspersonen, der zeitliche Ablauf der Befragung und die Befragungsergebnisse aus methodischer Sicht. 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 Welle 1b.

Tabelle 1: Überblick über das Design

| Projekttitlel | GLEN (Umweltpanel) |
|-----------------------------|---|
| Grundgesamtheit | Teilnehmende der Rekrutierungsbefragung mit gegebenem und nicht widerrufenem Consent zum Zeitpunkt des Feldstartes von Welle 1b |
| Befragungsmethode | Selbstadministriert, nur Online |
| Bruttoansatz | N = 24.869 wiederbefragungsbereite Personen, davon: N = 23.203 zur Befragung eingeladen |
| Nettointerviews | N = 13.576 vollständige Online-Interviews |
| Ausschöpfung | 58,5% (13.576 Interviews / 23.203 zur Befragung Eingeladene) |
| Incentive | 5 Euro postpaid (Überweisung, Spende oder Gutschein) |
| Feldzeit¹ | 11.11.2025 – 19.01.2026 |

¹ Die Feldzeit ist definiert über den Versand der Einladungen und das Datum des Schließens der Onlinebefragung.

1 Auswahl der Befragungspersonen

Für die Welle 1b waren alle Befragten, die ihre Einwilligung für weitere Befragungen im Rahmen der Rekrutierung gegeben hatten und nicht im Rahmen der bereits stattgefundenen Folgebefragungen eine weitere Teilnahme ausgeschlossen hatten, potenzielle Teilnehmer. Im Gegensatz zur Welle 1a wurden aber die Personen, die in den vorherigen Befragungen explizit geäußert hatten, nur auf Papier teilnehmen zu wollen („PAPI“-Fälle), nicht kontaktiert. Dies liegt am grundsätzlichen Studiendesign, das nur in den „a“-Wellen, nicht jedoch in den „b“-Wellen, einen Papierfragebogen neben dem CAWI-Fragebogen vorsieht.

Insgesamt wurden im Rahmen der Welle 1b daher von den insgesamt 24.869 zu Feldstart wiederbefragungsbereiten Personen 23.203 kontaktiert und zur Befragung eingeladen.

Tabelle 2: Auswahl der Befragungspersonen

| | N |
|--|---------------|
| Befragte aus Rekrutierungsbefragung, davon: | 31.025 |
| Wiederbefragungsbereite Personen zu Feldstart von Welle 1b, davon: | 24.869 |
| Nicht eingeladen („PAPI“-Fälle: Teilnahme nur per Papierfragebogen) | 1.666 |
| Eingeladen, davon: | 23.203 |
| Einladung per Email (Personen mit Email-Registrierung) | 16.649 |
| Einladung per Brief (Personen ohne Email-Registrierung) | 6.554 |

2 Erhebungsdesign und -instrument

2.1 Erhebungsdesign

Die Befragung im Rahmen der Welle 1b wurde als reine Online-Erhebung (CAWI-Fragebogen) durchgeführt und erfolgte ausschließlich in deutscher Sprache.

Die Kontaktierung der Befragungspersonen erfolgte ab 11.11.2026 sowohl von Verian als auch vom GLEN-Team, wobei sich die Aufteilung der Befragten an der erfolgten Registrierung mit Email-Adresse orientierte. Das GLEN-Team war zuständig für die Kontaktierung derjenigen, die sich mit Email-Adresse registriert hatten – diese Personen wurden im Erstkontakt elektronisch per Email kontaktiert. Dies betraf n = 16.649 Personen.

Verian war zuständig für die Personen, die zwar zu einer Online-Teilnahme bereit waren, sich aber nicht mit einer Email-Adresse registriert hatten. Dies waren insgesamt n = 6.554 Personen. Diese Befragten erhielten ein postalisches Anschreiben als Erstkontakt.

Alle Personen, die nach ca. zwei Wochen nicht teilgenommen und inzwischen auch nicht ihre weitere Teilnahme verweigert hatten (z.B. über die Hotline), erhielten ab 26.11.2026 eine Erinnerung zugestellt –

jeweils im Modus des Erstkontaktes: Vom GLEN-Team wurden 10.137 Personen per Email und von Verian 4.960 Personen per postalischem Brief erinnert.

Die zweite und letzte Erinnerung im Rahmen der Welle 1b erfolgte dann ausschließlich postalisch durch Verian an beide Gruppen (Personen mit und ohne Email-Registrierung): ca. 3 Wochen nach der ersten Erinnerung wurden am 16.12.2026 insgesamt 11.785 Erinnerungsbriefe per Post verschickt – wieder an die Personen zu denen zu diesem Zeitpunkt weder eine positive (Teilnahme) noch negative Rückmeldung (z.B. Absage) vorlag.

2.2 Materialien und Unterlagen

Alle von Verian verschickten Briefe wurden mit dem projektspezifischen Briefkopf, der die Logos der drei beteiligten Universitäten sowie das Projekt-Logo („LUM“) enthielt, verschickt, wobei in der Fußzeile auf Verian als das durchführende Institut hingewiesen wurde. Versandt wurden alle Anschreiben in DIN-lang-Fenster-Kuverts, die analog zu den vorherigen Befragungen mit den Logos von Verian und den drei beteiligten Universitäten bedruckt waren.

Einladungsschreiben

Im postalischen Einladungsschreiben zur Welle 1b wurden die angeschriebenen Personen zur „Herbst-Befragung“ eingeladen. Im Anschreiben wurde darum gebeten, an der Online-Befragung teilzunehmen. Die entsprechenden individuellen Zugangsinformationen und der QR-Code zum Start der Befragung waren eingedruckt. Ebenso wurde auf das Incentive und die verschiedenen Kontaktmöglichkeiten zu Verian für mögliche Rückfragen hingewiesen.

Erinnerungsschreiben 1

Das postalische Erinnerungsschreiben enthielt die gleichen Informationen wie die Einladung (Zugang zum Fragebogen, Incentive, Kontaktmöglichkeiten) und es wurde nochmals freundlich zur Teilnahme an der „Herbst-Befragung“ aufgerufen.

Erinnerungsschreiben 2

Im zweiten postalischen Erinnerungsschreiben waren wieder alle diese Informationen enthalten und die angeschriebenen Personen wurden nochmals zur Teilnahme an der Befragung motiviert. Zusätzlich wurde nun auch erstmals auf die Frist hingewiesen, bis zu der die Teilnahme an der Befragung möglich sein sollte.

2.3 Erhebungsinstrument

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

2.4 Incentivekonzept

Auch für die Welle 1b war der Einsatz monetärer Incentives vorgesehen, um so die Teilnahmemotivation der Befragungspersonen und damit auch die Ausschöpfungsquote zu steigern.

Alle Befragten erhielten ihr Incentive nach der vollständigen Teilnahme an der Befragung, also wenn sie den inhaltlichen Teil des CAWI-Fragebogens vollständig ausgefüllt hatten. Dieses postpaid-Incentive hatte einen Wert von 5 Euro und es standen den Befragten mehrere Möglichkeiten zur Verfügung:

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

3 Vorbereitung der Feldarbeit

3.1 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, standen wieder die folgenden Kontaktmöglichkeiten zur Verfügung.

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 erwähnt. Über diese Hotline konnten Absagen und Auskunfts- / Löschersuchen entgegengenommen werden, Fragen geklärt, Befragungsbereitschaft signalisiert und Kontaktdaten hinterlassen werden. Besetzt war die Hotline durch vorab geschultes Personal.

Zentrale Email-Adresse

Neben der Telefon-Hotline gab es auch wieder die projektspezifische Email-Adresse (LUM@veriangroup.com), die ebenfalls für die Befragungspersonen zur Verfügung stand und zahlreich genutzt wurde. Bearbeitet wurden die eingegangenen Emails von den Mitarbeiter*innen der telefonischen Hotline, die bereits projektspezifisch geschult waren.

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

3.2 Feldeinsatzstichprobe und Versände

Im Rahmen der Welle 1b wurden insgesamt 23.302 Personen per Email und/oder postalisch per Brief kontaktiert (Onliner mit und ohne Email-Registrierung), die Gruppe der „PAPI-Teilnehmer“ wurde nicht zu dieser Erhebungswelle eingeladen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt alle durchgeführten Versände nach Gruppe. Da sich sowohl die postalischen Versände durch Verian als auch die Email-Versände durch das GLEN-Team in der Regel jeweils über mehrere Tage erstreckten (aufgrund der hohen Fallzahlen), ist hier immer das Startdatum des jeweiligen Versandes angegeben.

Tabelle 3: Kontaktierungsverlauf

| | Onliner ohne Email-Registrierung | Onliner mit Email-Registrierung | PAPI-Teilnehmer |
|-------------------------------------|---|--|-------------------------------|
| Erstkontakt (Brief / Email) | N = 6.554 Versand ab 11.11.2025 (Brief) | N = 16.649 Versand ab 11.11.2025 (Email) | N = 1.666 Nicht eingeladen |
| Erinnerung I (Brief / Email) | N = 4.960 Versand ab 26.11.2025 (Brief) | N = 10.137 Versand ab 26.11.2025 (Email) | |
| Erinnerung II (nur Brief) | N = 3.873 Versand ab 16.12.2025 (Brief) | N = 7.912 Versand ab 16.12.2025 (Brief) | |

4 Ergebnisse der Feldarbeit

4.1 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.

Tabelle 4: Premium Adress Service der Post: Art der Rückmeldung bei unzustellbaren Briefen

| | Häufigkeit | Prozent |
|---|------------|---------|
| Meldung „wird nachgesendet“ mit Weitergabe der neuen Adresse an Verian | 135 | 31,3 |
| Meldung „wird nachgesendet“ ohne Weitergabe der neuen Adresse an Verian | 37 | 8,6 |
| Meldung „wird zurückgesendet“ (unzustellbare Briefe) | 260 | 60,2 |
| Gesamt | 432 | 100,0 |

Insgesamt wurden im gesamten Feldverlauf 135 neue Adressen durch die Deutsche Post an Verian übermittelt, eine Weiterleitung des Briefes an die neue Adresse ohne Weitergabe der Adresse an Verian erfolgte in 37 Fällen. 260 unzustellbare Briefe wurden an Verian zurückgeschickt. In wenigen Einzelfällen kamen auch Briefe als unzustellbar zurück, ohne dass hierfür eine Meldung im Rahmen des Premium Adress Service der Post vorlag.

Alle Fälle mit weiterhin unklarer Adresse wurden dann in einem zweiten Schritt über die Einwohnermeldeämter (EWMA) recherchiert. Insgesamt wurden 308 Adressen in die EWMA-Recherche gegeben – für 56% der Adressen konnte so eine neue Adresse in Erfahrung gebracht werden.

Tabelle 5: Ergebnisse der EWMA-Recherche

| | Häufigkeit | Prozent |
|---------------------------------------|------------|--------------|
| (noch) kein Ergebnis | 1 | 0,3 |
| Alte Adresse bestätigt | 89 | 28,9 |
| Ins Ausland verzogen | 5 | 1,6 |
| Ergänzung der alten Adresse | 8 | 2,6 |
| Neue Adresse | 172 | 55,8 |
| ZP nicht bekannt / unbekannt verzogen | 25 | 8,1 |
| ZP verstorben | 8 | 2,6 |
| GESAMT | 308 | 100,0 |

Sobald eine neue Adresse bekannt wurde (durch die Post oder EWMA), wurde diese für die ggf. folgenden Versände berücksichtigt.

4.2 Ausschöpfung und finale Bearbeitungsergebnisse

Innerhalb der Feldzeit von November 2025 bis Januar 2026 haben 14.366 Personen den Online-Fragebogen gestartet, 790 davon haben die Befragung aber vorm Ende des inhaltlichen Teils des Fragebogens abgebrochen, so dass 13.576 vollständige Online-Interviews vorliegen.

Tabelle 6: Anzahl durchgeführter Online- Interviews

| | Anzahl | Prozent |
|--|---------------|--------------|
| Online-Interviews gestartet, davon: | 14.366 | 100,0 |
| Vorzeitig abgebrochen (Inhaltlicher Teil des Fragebogens nicht beendet) | 790 | 5,5 |
| Vollständige Interviews (davon: 29 Fälle: inhaltlicher Teil beendet, aber Incentive-Teil vorzeitig abgebrochen) | 13.576 | 94,5 |

Bezogen auf die Ausschöpfung sind verschiedene Darstellungsweisen denkbar, wobei sich die folgenden Überlegungen zur Ausschöpfung hier nur auf die vollständigen Interviews (N=13.576) beziehen.

13.576 Personen netto / 31.025 Teilnehmende der Rekrutierungsbefragung = 43,8%

Hierbei wird jedoch außen vor gelassen, dass nicht alle Teilnehmenden der Rekrutierungsbefragung ihre Zustimmung für weitere Befragungen gegeben haben.

13.576 Personen netto / 24.869 wiederbefragungsbereite Personen zu Feldstart von Welle 1b = 54,6%

Bei dieser Darstellungsweise wird immer noch vernachlässigt, dass nicht alle wiederbefragungsbereiten Personen auch zur Befragung eingeladen wurden, die folgende Berechnung bezieht sich daher auf die reine Ausschöpfung unter den eingeladenen Personen in Welle 1b:

13.576 Personen netto / 23.203 für die Welle 1b eingeladenen Personen = 58,5%.

Zu 58,5% aller eingeladenen Personen liegt also ein vollständiges Interview vor.

In der folgenden Tabelle ist das finale Bearbeitungsergebnis für die Bruttostichprobe von Welle 1b nach Befragten-Gruppe und für alle Fälle (Spalte „Gesamt“) dokumentiert. Bei einer Kontaktierung der Befragungspersonen auf schriftlich-postalische Weg und/oder per Email liegen allerdings nur dann „Bearbeitungsergebnisse“ vor, wenn das Erhebungsinstitut auf einem der zur Verfügung stehenden Kanäle aktiv eine Rückmeldung erhält. Dies kann z.B. durch die angeschriebene Person selbst (Teilnahme oder Verweigerung), ein Haushaltsmitglied oder – im Falle von Problemen bei der Zustellbarkeit – durch die Post erfolgen.

Von zwei Personen der eigentlich nicht eingeladenen Fälle aus der Gruppe der „PAPI-Teilnehmer“ liegt hier ebenfalls ein Ergebnis vor, da sich hier eine Person auf der Hotline gemeldet hatte für eine Rückfrage und eine weitere Person sogar das CAWI-Interview vollständig beendet hat. Dies ist möglich, da sich über die Wellen hinweg weder die Zugangsseite zum jeweiligen CAWI-Fragebogen noch die persönlichen Zugangsdaten ändern und eine Person hat dies offenbar genutzt und „uneingeladen“ an Welle 1b teilgenommen.

Tabelle 7: Finales Ergebnis nach Befragtengruppe und gesamt

| | Onliner mit Email-Adresse | Onliner ohne Email-Adresse | PAPI- Teilnehmer | Gesamt |
|---|--------------------------------|-------------------------------|---------------------|--------------------------------|
| Bruttostichprobe gesamt | 16.649 | 6.554 | 1.666 | 24.869 |
| Nicht eingeladen | - | - | 1.666 | 1.666 |
| Eingeladen zur Befragung: | 16.649 (100%) | 6.554 (100%) | - | 23.203 (100%) |
| Kein Ergebnis | 5.237 (31,5%) | 3.239 (49,4%) | - | 8.476 (36,5%) |
| Anschreiben nicht zustellbar | 138 (0,8%) | 107 (1,6%) | - | 245 (1,1%) |
| ZP verstorben | 10 (0,1%) | 12 (0,2%) | - | 22 (0,1%) |
| ZP ins Ausland verzogen | 0 (0,0%) | 7 (0,1%) | - | 7 (0,0%) |
| Papierbogen angefordert | 9 (0,1%) | 13 (0,2%) | - | 22 (0,1%) |
| Keine Teilnahme/Verweigerung aber Kontakt zur Hotline | 3 (0,0%) | 1 (0,0%) | 1 | 5 (0,0%) |
| Verweigerung: ohne Angabe von Gründen | 9 (0,1%) | 9 (0,1%) | - | 18 (0,1%) |
| Verweigerung: kein Interesse | 2 (0,0%) | 4 (0,1%) | - | 6 (0,0%) |
| Verweigerung: grundsätzlich keine Teilnahme | 0 (0,0%) | 2 (0,0%) | - | 2 (0,0%) |
| Verweigerung: Datenschutzbedenken | 13 (0,1%) | 23 (0,4%) | - | 36 (0,2%) |
| Online-Teilnahme unvollständig | 650 (3,9%) | 140 (2,1%) | - | 790 (3,4%) |
| Online-Teilnahme vollständig | 10.578 (63,5%) | 2.997 (45,7%) | 1 | 13.576 (58,5%) |

4.3 Hotline

Die Anzahl an registrierten Hotline-Ereignissen beläuft sich auf 180. Von diesen Rückmeldungen waren knapp 44% Absagen. Die Anzahl an Adressen mit Hotline-Einträgen und den Grund des Anrufs bzw. der Meldung der angeschriebenen Personen zeigt Tabelle 8.

Tabelle 8: Art der Hotline-Ereignisse

| | Anzahl | % |
|---|------------|--------------|
| Anfrage zum Incentive | 4 | 2,2 |
| Anfrage zum Projekt (Hintergrund, Auftraggeber) | 51 | 28,3 |
| Anforderung Papierfragebogen | 24 | 13,3 |
| ZP hat Fragen zur Technik | 1 | 0,6 |
| Absage der Teilnahme | 36 | 20,0 |
| Mitteilung Kontaktdaten | 21 | 11,7 |
| Datenschutzfälle (Löschung, Sperrung) | 43 | 23,9 |
| GESAMT | 180 | 100,0 |

In erster Linie wurde die Hotline durch die Zielpersonen kontaktiert, nachdem diese das Einladungsschreiben erhalten hatten, aber auch nach dem Versand der Erinnerungen erhöhte sich das Aufkommen an Anliegen. Die Anliegen und Fragen, die vorgetragen wurden, waren dabei vielfältig. Am häufigsten wurde die Hotline jedoch zu Absagen und Verweigerung der Teilnahme angerufen. In 24 Fällen wurde ein Papierfragebogen angefordert, allerdings haben dann 2 dieser 24 Personen doch den CAWI-Fragebogen vollständig beantwortet.

4.4 Interviewdauer und -zeit

Geplant war eine durchschnittliche Dauer von 20-30 Minuten.

Die Zeitmessung im CAWI erfolgte durch entsprechende Zeitstempel zu Beginn und am Ende des inhaltlichen Teils des Fragebogens sowie zu Beginn und am Ende des sich daran anschließenden Incentive-Moduls. Die hier ausgewertete Interviewdauer wurde aus der Differenz zwischen Endzeit- und Anfangszeitmarke für den inhaltlichen Teil des Fragebogens für alle vollständigen Interviews gebildet. Die Fälle, bei denen die Beendigung des Interviews an einem anderen Tag erfolgte, sind dabei nicht berücksichtigt. Zudem wurden Dauern über 100 Minuten von der Analyse ausgeschlossen, da hier vermutet werden kann, dass die Befragung für einen längeren Zeitraum unterbrochen wurde.

Insgesamt liegt somit für 12.489 der 13.576 vollständigen Interviews eine Angabe zur Interviewdauer vor. Für die verbleibenden Befragten liegen aus den folgenden Gründen keine zuverlässigen Informationen vor:

- Interview an einem anderen Tag fortgesetzt als gestartet (n = 520)
- Interviewdauer länger als 100 Minuten (längere Unterbrechung während des Ausfüllens, n = 567).

Die folgende Tabelle dokumentiert die Eckdaten der Interviewdauer. Der Mittelwert liegt bei 31,3 Minuten, der Median bei 27,4 Minuten. Die kürzeste Befragungsdauer beträgt drei Minuten, die längste – einschränkungsbedingt – 100 Minuten.

Tabelle 9: Interviewdauer

| Gesamt | |
|-----------------------|--------------|
| Mittelwert | 31,3 Minuten |
| Getrimmter Mittelwert | 29,8 Minuten |
| Median | 27,4 Minuten |
| Minimum | 3 Minuten |
| Maximum | 100 Minuten |

Gruppiert man die Interviewdauer, so zeigt sich, dass etwa 41% der Interviews unter 25 Minuten dauerten und knapp 30% zwischen 25 und 35 Minuten. Die restlichen 29% der Befragten benötigten 35 Minuten und mehr.

Tabelle 10: Interviewdauer gruppiert

| | Häufigkeit | Prozent |
|-------------------------|------------|---------|
| Unter 15 Minuten | 754 | 6,0 |
| 15 bis unter 25 Minuten | 4.420 | 35,4 |
| 25 bis unter 35 Minuten | 3.687 | 29,5 |
| 35 bis unter 45 Minuten | 1.767 | 14,1 |
| 45 bis unter 55 Minuten | 860 | 6,9 |
| 55 Minuten und länger | 1.001 | 8,0 |
| GESAMT | 12.489 | 100,0 |

Die Interviews² wurden am häufigsten (21,0%) an einem Donnerstag gestartet, der Montag war der Tag, an dem am seltensten (9,2%) Interviews begonnen wurden. Betrachtet man die Uhrzeit, zu der die Interviews gestartet wurden, sieht man eine gleichmäßige Verteilung über den Tag. Nur jeweils etwa 9% der Interviews wurden vor 9 Uhr bzw. nach 21 Uhr gestartet. Die nachfolgenden zwei Tabellen informieren über den Wochentag (Starttag) und die Uhrzeit (Startzeit) der Interviews.

² Hier wurden alle vollständigen Online-Interviews berücksichtigt – unabhängig davon, wie lange das Interview gedauert hat und ob es am selben Tag beendet wurde.

Tabelle 11: Interviews nach Wochentagen (Starttag des Interviews)

| | Häufigkeit | Prozent |
|------------|------------|---------|
| Montag | 1.249 | 9,2 |
| Dienstag | 1.413 | 10,4 |
| Mittwoch | 2.478 | 18,3 |
| Donnerstag | 2.853 | 21,0 |
| Freitag | 2.530 | 18,6 |
| Samstag | 1.516 | 11,2 |
| Sonntag | 1.537 | 11,3 |
| Gesamt | 13.576 | 100,0 |

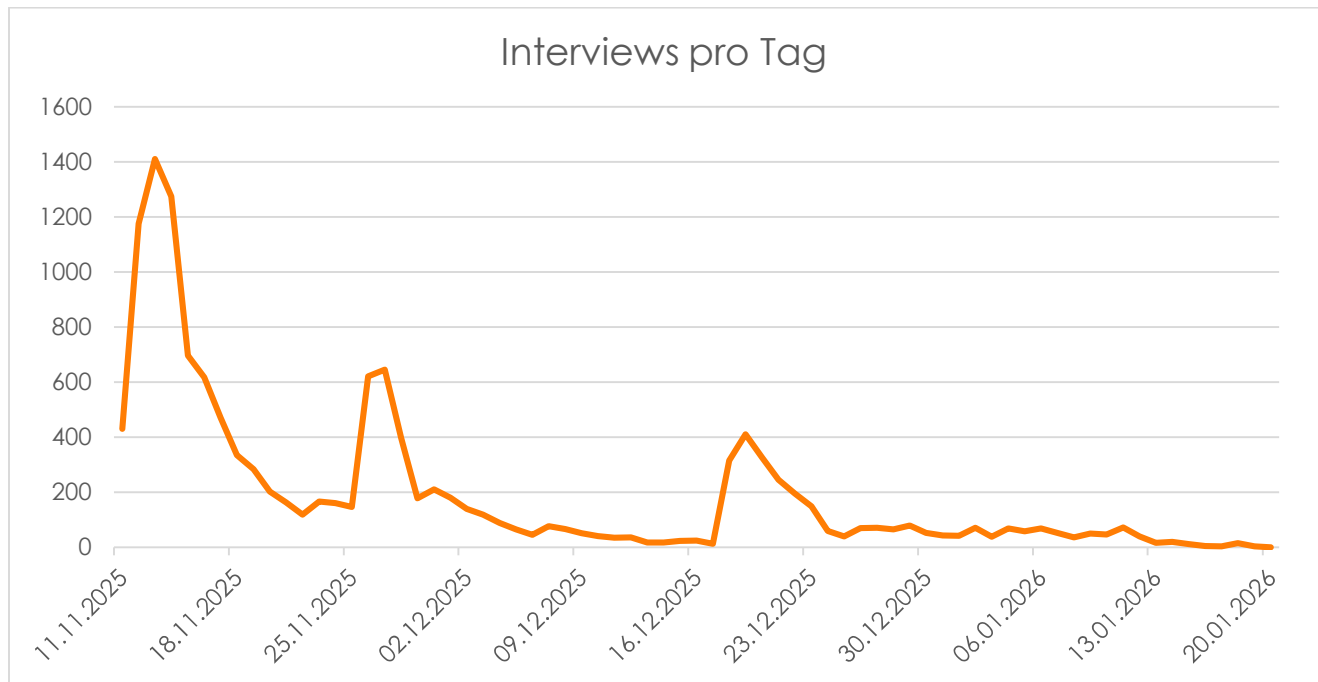
Tabelle 12: Interviews nach Uhrzeit (Startzeit des Interviews)

| | Häufigkeit | Prozent |
|-------------------|------------|---------|
| Vor 9 Uhr | 1.209 | 8,9 |
| 9 bis 12 Uhr | 2.594 | 19,1 |
| 12 bis 15 Uhr | 2.904 | 21,4 |
| 15 bis 18 Uhr | 3.012 | 22,2 |
| 18 bis 21 Uhr | 2.604 | 19,2 |
| 21 Uhr und später | 1.253 | 9,2 |
| GESAMT | 13.576 | 100,0 |

4.5 Realisierung von Interviews im Zeitverlauf

In der folgenden Abbildung sieht man die Anzahl der vollständigen Interviews pro Feldtag. Die meisten Interviews pro Tag wurden kurz nach der Einladung Mitte November realisiert. Klar erkennbar sind auch die Effekte der zwei Erinnerungen Ende November und Mitte Dezember, denn unmittelbar danach kam es zu einem Anstieg der Interviewzahlen.

Abbildung 1: Feldverlauf der Online-Interviews nach Interviewdatum



Im Folgenden werden die Befragungsergebnisse – aufgeteilt nach den Befragtengruppen – so dargestellt, dass die Effekte der Erinnerungsschreiben nachvollzogen werden können.

Tabelle 13: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden – Onliner mit Email-Adresse

| | Personen ohne Erinnerung | Personen nur mit Erinnerung I | Personen mit Erinnerung II | Gesamt |
|---|--------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------|
| Kein Ergebnis | - | - | 5.237 (66,2%) | 5.237 (31,5%) |
| Anschreiben nicht zustellbar | - | - | 138 (1,7%) | 138 (0,8%) |
| ZP verstorben | 1 (0,0%) | - | 9 (0,1%) | 10 (0,1%) |
| ZP ins Ausland verzogen | - | - | - | - |
| Papierbogen angefordert | - | 2 (0,1%) | 7 (0,1%) | 9 (0,1%) |
| Keine Teilnahme/Verweigerung aber Kontakt zur Hotline | - | - | 3 (0,0%) | 3 (0,0%) |
| Verweigerung: ohne Angabe von Gründen | 5 (0,1%) | - | 4 (0,1%) | 9 (0,1%) |
| Verweigerung: kein Interesse | - | 1 (0,0%) | 1 (0,0%) | 2 (0,0%) |
| Verweigerung: grundsätzlich keine Teilnahme | - | - | - | - |
| Verweigerung: Datenschutzbedenken | 6 (0,1%) | - | 7 (0,1%) | 13 (0,1%) |
| Online-Teilnahme unvollständig | 344 (5,3%) | 198 (8,8%) | 108 (1,4%) | 650 (3,9%) |
| Online-Teilnahme vollständig | 6.129 (94,5%) | 2.051 (91,1%) | 2.398 (30,3%) | 10.578 (63,5%) |
| GESAMT | 6.485 (100%) | 2.252 (100%) | 7.912 (100%) | 16.649 (100%) |

Die Gruppe der Onliner mit Email-Adresse wurde per Email zur Befragung eingeladen und erhielt die erste Erinnerung ebenfalls elektronisch. Die zweite Erinnerung wurden dann postalisch per Brief zugestellt. Knapp 23% (n = 2.398) aller 10.578 vollständig Teilnehmenden haben erst dann teilgenommen, nachdem diese Erinnerung auf Papier versandt wurde.

Die Onliner ohne Email-Adresse erhielten die Einladung und beide Erinnerungen postalisch per Brief. Bei dieser Gruppe entfaltet das zweite Erinnerungsschreiben, das somit dann bereits der dritte Brief ist, den die Personen bezüglich der Befragung erhalten, deutlich weniger Wirkung: Hier nehmen nur noch knapp 16% (n=470) aller 2.997 vollständig Teilnehmenden nach Versand der zweiten Erinnerung teil.

Tabelle 14: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden – Onliner ohne Email-Adresse

| | Personen ohne Erinnerung | Personen nur mit Erinnerung I | Personen mit Erinnerung II | Gesamt |
|---|--------------------------|-------------------------------|----------------------------|------------------|
| Kein Ergebnis | - (0,0%) | - (0,0%) | 3.239 (83,6%) | 3.239 (49,4%) |
| Anschreiben nicht zustellbar | - | - | 107 (2,8%) | 107 (1,6%) |
| ZP verstorben | 2 (0,1%) | 9 (0,8%) | 1 (0,0%) | 12 (0,2%) |
| ZP ins Ausland verzogen | - | 7 (0,6%) | - | 7 (0,1%) |
| Papierbogen angefordert | 4 (0,3%) | 6 (0,6%) | 3 (0,1%) | 13 (0,2%) |
| Keine Teilnahme/Verweigerung aber Kontakt zur Hotline | - | - | 1 (0,0%) | 1 (0,0%) |
| Verweigerung: ohne Angabe von Gründen | 1 (0,1%) | 3 (0,3%) | 5 (0,1%) | 9 (0,1%) |
| Verweigerung: kein Interesse | - | 1 (0,1%) | 3 (0,1%) | 4 (0,1%) |
| Verweigerung: grundsätzlich keine Teilnahme | - | - | 2 (0,1%) | 2 (0,0%) |
| Verweigerung: Datenschutzbedenken | 3 (0,2%) | 14 (1,3%) | 6 (0,2%) | 23 (0,4%) |
| Online-Teilnahme unvollständig | 64 (4,0%) | 40 (3,7%) | 36 (0,9%) | 140 (2,1%) |
| Online-Teilnahme vollständig | 1.520 (95,4%) | 1.007 (92,6%) | 470 (12,1%) | 2.997 (45,7%) |
| GESAMT | 1.594 (100%) | 1.087 (100%) | 3.873 (100%) | 6.554 (100%) |

4.6 Incentive

Die Befragten konnten nach der Teilnahme an der Online-Befragung am Ende des Fragebogens die Art des Incentives in Höhe von 5 Euro auswählen. Zur Wahl standen dabei

- Gutscheine
- Überweisung
- Spenden

Die folgende Tabelle stellt die gewählte Incentivierung für alle vollständigen Interviews dar.

Tabelle 15: Gewähltes Incentive

| | Anzahl | % |
|--|---------------|--------------|
| 5 Euro Überweisung | 2.971 | 21,9 |
| 5 Euro Gutschein (Amazon) | 2.739 | 20,2 |
| 5 Euro Gutschein (Rossmann) | 1.437 | 10,6 |
| 5 Euro Gutschein (REWE) | 950 | 7,0 |
| 5 Euro Spende (Aktion Deutschland Hilft) | 2.651 | 19,5 |
| 5 Euro Spende (Deutsche Welthungerhilfe) | 2.729 | 20,1 |
| Keine Angabe | 99 | 0,7 |
| GESAMT | 13.576 | 100,0 |

4.7 Berufecodierung

In der Welle 1b wurden Fragen zur beruflichen Tätigkeit der Partner*innen der befragten Personen gestellt. Analog zu Welle 1a (Fragen zur beruflichen Tätigkeit der befragten Personen selbst) war Verian wieder zuständig für die Zuordnung der genannten beruflichen Tätigkeiten zum Code der untersten Klassifikationsebene (Unit Group, Berufsgattung) nach der Internationalen Standardklassifikation der Berufe („International Standard Classification of Occupations“) des „International Labour Office“ (ILO) aus dem Jahr 2008 (ISCO-08) und nach der nationalen „Klassifikation der Berufe 2010“ der Bundesagentur für Arbeit (KldB 2010).

Zu 5.568 Partnern*innen waren in den Interviews Angaben zu deren beruflicher Tätigkeit gemacht und zur Codierung weitergegeben worden. Es konnten für 5.428 Fälle (97,5%) bei ISCO und für 5.400 Fälle (97,0%) bei KldB ein Code vergeben werden. Für jeweils unter 1% wurden hauseigene Sondercodes vergeben, für den kleinen Rest der Fälle war keine Codierung möglich.

Die Vercodung der Berufe erfolgte dabei grundsätzlich wie in Welle 1a (Details zum grundsätzlichen Verfahren bei Verian und zu den hauseigenen Sondercodes: siehe Methodenbericht zu Welle 1a).

4.8 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 den vorherigen Befragungen 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.

Die Informationen für die Bruttostichprobe 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. Ggf. aktualisierte Informationen zum Alter und / oder Geschlecht der Zielpersonen aus den Nettointerviews wurden hierbei nicht berücksichtigt.

Demographische Merkmale

Man sieht in dieser Betrachtungsweise, dass sich an einigen Stellen die Verzerrungen bezüglich des Alters mit zunehmender Befragungswelle weiter verzerren. So sind bspw. die Personen, die bis 1939 geboren wurden, in der Welle 1b nur noch mit 1,0% in der Nettostichprobe vertreten, nachdem es in der Rekrutierung noch 2,6% der Interviews waren. Der Anteil der Gruppe der 1960-1969 geborenen Personen hat beispielsweise hingegen über die Wellen hinweg stetig zugenommen und beträgt inzwischen 22,9 Prozent.

Tabelle 16: Vergleich Brutto- und Nettostichproben der jeweiligen Befragungswellen nach Alter und Geschlecht

| | Grund- gesamtheit (in %) | Netto Rekrutie- rung (in %) | Netto Starterbe- fragung (in %) | Netto Welle 1a (in %) | Netto Welle 1b (in %) |
|-------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|--|-----------------------------|-----------------------------|
| Geboren bis 1939 | 3,9 | 2,6 | 1,3 | 1,6 | 1,0 |
| Geboren 1940 bis 1949 | 8,6 | 8,1 | 5,9 | 7,2 | 5,6 |
| Geboren 1950 bis 1959 | 13,2 | 15,6 | 15,3 | 16,3 | 15,7 |
| Geboren 1960 bis 1969 | 18,5 | 21,1 | 22,2 | 22,2 | 22,9 |
| Geboren 1970 bis 1979 | 14,6 | 15,1 | 15,9 | 15,5 | 16,1 |
| Geboren 1980 bis 1989 | 15,9 | 15,9 | 16,7 | 15,8 | 16,6 |
| Geboren 1990 bis 1999 | 14,7 | 12,7 | 13,4 | 12,7 | 12,9 |
| Geboren 2000 und später | 8,3 | 6,6 | 6,8 | 6,3 | 6,8 |
| Keine Angabe geliefert | 2,3 | 2,3 | 2,5 | 2,4 | 2,4 |
| Gesamt | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Männlich | | | | | |
| Männlich | 47,9 | 47,2 | 47,4 | 47,0 | 47,4 |
| Weiblich | | | | | |
| Weiblich | 49,8 | 50,5 | 50,1 | 50,6 | 50,1 |
| Nicht bekannt | | | | | |
| Nicht bekannt | 2,3 | 2,3 | 2,5 | 2,4 | 2,4 |
| Gesamt | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Beim Geschlecht werden die Strukturen der Grundgesamtheit in allen Nettostichproben recht gut abgebildet. 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 allen Nettostichproben deutlich niedriger als er sein sollte, der Effekt verstärkt sich zudem mit der zunehmenden Anzahl an Befragungswellen, wenn auch seit Welle 1a nur noch sehr gering.

Tabelle 17: Vergleich Brutto- und Nettostichproben der jeweiligen Befragungswellen nach Staatsbürgerschaft

| | Grund- gesamtheit (in %) | Netto Rekrutierung (in %) | Netto Starterbefra- gung (in %) | Netto Welle 1a (in %) | Netto Welle 1b (in %) |
|---------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Deutsch | 81,5 | 89,2 | 91,5 | 91,7 | 91,6 |
| Nicht-deutsch | 15,1 | 7,5 | 5,1 | 5,0 | 4,9 |
| Nicht bekannt | 3,4 | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,4 |
| Gesamt | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

5 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.

5.1 Bereitgestellte Datensätze

Zum Feldstart wurde der Datensatz mit den Adressinformationen für die Geocodierung bereitgestellt (erstellt mit EasyMap im November 2025).

Nach Feldende wurde der Datensatz, der die Berufscodierung der Partner nach ISCO-08 und KIdB-10 enthält, ausgeliefert.

Zudem wurde an den Auftraggeber das Bruttoband ausgeliefert. Dieses enthielt folgende Informationen:

- ID zur Identifikation der Zielpersonen
- Passwort zur Online-Teilnahme
- Gruppen-Variable (verschiedene Einladungsgruppen)
- Dokumentation der Kontakte (Einladung, Erinnerungen)
- Finales Bearbeitungsergebnis
- Online-Teilnahmevariablen (Interview gestartet und Status vollständig versus unvollständig)
- Informationen 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: Auswahl der Befragungspersonen | 4 |
| Tabelle 3: Kontaktierungsverlauf..... | 7 |
| Tabelle 4: Premium Adress Service der Post: Art der Rückmeldung bei unzustellbaren Briefen..... | 8 |
| Tabelle 5: Ergebnisse der EWMA-Recherche | 9 |
| Tabelle 6: Anzahl durchgeführter Online- Interviews | 9 |
| Tabelle 7: Finales Ergebnis nach Befragtengruppe und gesamt | 11 |
| Tabelle 8: Art der Hotline-Ereignisse..... | 12 |
| Tabelle 9: Interviewdauer | 13 |
| Tabelle 10: Interviewdauer gruppiert | 13 |
| Tabelle 11: Interviews nach Wochentagen (Starttag des Interviews) | 14 |
| Tabelle 12: Interviews nach Uhrzeit (Startzeit des Interviews)..... | 14 |
| Tabelle 13: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden – Onliner mit Email-Adresse | 16 |
| Tabelle 14: Bearbeitungsergebnisse nach Erinnerungsversänden – Onliner ohne Email-Adresse | 17 |
| Tabelle 15: Gewähltes Incentive | 18 |
| Tabelle 16: Vergleich Brutto- und Nettostichproben der jeweiligen Befragungswellen nach Alter und Geschlecht..... | 19 |
| Tabelle 17: Vergleich Brutto- und Nettostichproben der jeweiligen Befragungswellen nach Staatsbürgerschaft | 20 |

Abbildungen

| | |
|---|----|
| Abbildung 1: Feldverlauf der Online-Interviews nach Interviewdatum..... | 15 |
|---|----|



GLEN Wave 1b

Invitations and Reminders

1. Postal invitation
2. Email invitation
3. Postal reminder 1
4. Email reminder 1
5. Postal reminder 2



UNIVERSITÄT
LEIPZIG



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

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

November 2025

Einladung zur neuen Umfrage der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag Name Nachname,

vielen Dank, dass Sie an unserer Studie teilnehmen. Damit helfen Sie uns zu erforschen, wie sich das Leben und die Meinungen der Menschen in Deutschland über die Zeit verändern.

Heute laden wir Sie herzlich zu unserer **Herbst-Befragung** ein.

Wie gewohnt können Sie online auf unserer Website teilnehmen:

www.Lum-Studie.de

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

XXXXXXXX

Jetzt teilnehmen!



Als Dankeschön erhalten Sie nach der Teilnahme **5 Euro** als Überweisung oder Einkaufs-Gutschein von Amazon, REWE oder Rossmann.

Bitte beachten Sie: Dies ist eine persönliche Einladung an Sie. Bitte geben Sie Ihre Zugangsdaten nicht an andere Personen weiter.

Sie sind umgezogen?

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

Betreff: Einladung zur Herbst-Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag,

vielen Dank, dass Sie an unserer Studie teilnehmen. Damit helfen Sie uns zu erforschen, wie sich das Leben und die Meinungen der Menschen in Deutschland über die Zeit verändern.

Heute laden wir Sie herzlich zu unserer **Herbst-Befragung** ein.

Bei dieser Umfrage erhalten Sie wieder **5 Euro als Dankeschön**. Sie können zwischen **Überweisung, Spende** und **Einkaufs-Gutscheinen** von Amazon, REWE oder Rossmann wählen.

Hier geht es direkt zum Fragebogen:

[Zur Befragung-Button]

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

Bitte beachten Sie: Dies ist eine persönliche Einladung an Sie. Bitte geben Sie Ihre Zugangsdaten nicht an andere Personen weiter.

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.com



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

November 2025

000000

Erinnerung: Herbst-Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag Name Nachname,

kürzlich haben wir Sie zur Herbst-Befragung von „Lebensqualität und Umwelt“ eingeladen. Falls Sie bereits teilgenommen haben, danken wir Ihnen ganz herzlich! Sie brauchen nichts weiter zu tun.

Für die Studie ist es wichtig, die Meinungen der Menschen regelmäßig zu erfassen, um Veränderungen über die Zeit nachzeichnen zu können.

Falls Sie noch nicht teilnehmen konnten, bitten wir Sie deshalb, den Fragebogen auf unserer Website auszufüllen:

www.Lum-Studie.de

Geben Sie dort bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXX

Jetzt teilnehmen!



Auf der letzten Seite der Umfrage können Sie Ihr Dankeschön auswählen: **5 Euro** per Überweisung, als Spende oder als Einkaufs-Gutschein von Amazon, REWE oder Rossmann.

Bitte beachten Sie: Dies ist eine persönliche Einladung an Sie. Bitte geben Sie Ihre Zugangsdaten nicht an andere Personen weiter.

Sie sind seit der letzten Befragung umgezogen?

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

Betreff: Erinnerung zur Herbst-Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag,

kürzlich haben wir Sie zur Herbst-Befragung von „Lebensqualität und Umwelt“ eingeladen. Falls Sie bereits teilgenommen haben, danken wir Ihnen ganz herzlich! Sie brauchen nichts weiter zu tun.

Für die Studie ist es wichtig, die Meinungen der Menschen regelmäßig zu erfassen, um Veränderungen über die Zeit nachzeichnen zu können. Falls Sie noch keine Gelegenheit dazu hatten, bitten wir Sie deshalb, teilzunehmen.

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 Dankeschön auswählen: **5 Euro** per Überweisung, als Spende oder als Einkaufs-Gutschein von Amazon, REWE oder Rossmann.

Bitte beachten Sie: Dies ist eine persönliche Einladung an Sie. Bitte geben Sie Ihre Zugangsdaten nicht an andere Personen weiter.

Sie sind seit der letzten Befragung 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

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.com

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

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

Dezember 2025

Erinnerung: Herbst-Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“

Guten Tag Name Nachname,

vor einigen Wochen haben wir Sie zur Herbst-Befragung der Studie „Lebensqualität und Umwelt“ eingeladen. Sie haben bereits teilgenommen? Dann danken wir Ihnen ganz herzlich.

Falls Sie noch nicht teilnehmen konnten, bitten wir Sie, bis zum **11. Januar 2026** mitzumachen.

Ihre Teilnahme ist uns sehr wichtig. Denn nur, wenn wir die Meinungen möglichst aller ausgewählten Personen regelmäßig erfassen, können wir beschreiben, was sich in Deutschland verändert und was bleibt.

Sie finden die Umfrage auf unserer Website:

www.Lum-Studie.de

Geben Sie dort bitte Ihren Teilnahmecode ein:

XXXXXXXX

Jetzt teilnehmen!



Auf der letzten Seite der Umfrage können Sie Ihr Dankeschön auswählen: **5 Euro** per Überweisung, als Spende oder als Einkaufs-Gutschein von Amazon, REWE oder Rossmann.

Bitte beachten Sie: Dies ist eine persönliche Einladung an Sie. Bitte geben Sie Ihre Zugangsdaten nicht an andere Personen weiter.

Sie sind seit der letzten Befragung umgezogen?

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