

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	7
1 Einleitung.....	9
1.1 Problemhintergrund	9
1.2 Fragestellungen und Aufbau.....	20
2 Heikle Fragen in Interviews	27
2.1 Einführung: Was ist an heiklen Fragen heikel?	27
2.2 Überblick über die „Social Desirability“-Forschung	36
2.2.1 Definitionen und Messinstrumente	37
2.2.2 Hypothesen und empirische Befunde.....	45
2.2.3 Diskussion	53
2.3 Vorschläge zur Vermeidung von Misreporting	55
2.3.1 Moduseffekte	57
2.3.2 Kontexteffekte.....	62
2.3.3 Wording- und Struktureffekte.....	69
2.3.4 Spezielle Fragetechniken	72
2.3.5 Diskussion	80
2.4 Die Randomized Response-Technik (RRT)	83
2.4.1 Grundprinzip und Varianten der RRT.....	83
2.4.2 Probleme der RRT und Lösungsvorschläge.....	90
2.4.3 Anwendungen der RRT und empirischer Forschungsstand	96
2.4.4 Diskussion	116
2.5 Zwischenfazit.....	117
3 Handlungstheoretische Erklärungen des Befragtenverhaltens.....	119
3.1 Überblick	119
3.2 Die Rational Choice-Theorie des Befragtenverhaltens.....	122
3.2.1 Allgemeine Rational Choice-Theorie.....	124
3.2.2 Die Rational Choice-Erklärung des Befragtenverhaltens.....	128
3.2.3 Hypothesen aus der Rational Choice-Theorie	140
3.3 Frame-Selektionstheorie und Befragtenverhalten.....	143
3.3.1 Das allgemeine Modell der Frame-Selektion	145

3.3.2 Befragtenverhalten nach der Frame-Selektionstheorie.....	154
3.3.3 Hypothesen aus der Frame-Selektionstheorie	172
3.4 Diskussion und Synthese	175
4 Design der Validierungsstudie, Datenbasis und Analysemethoden.....	181
4.1 Konzeption und Vorbereitung der Validierungsstudie	181
4.1.1 Stichproben- und Erhebungsdesign.....	182
4.1.2 Fragebogen, RRT-Design und weitere Erhebungsinstrumente	188
4.2 Ablauf der Erhebung, Rücklaufquoten und Datenstruktur	200
4.3 Statistische Analyseverfahren.....	206
4.3.1 Zur Analyse von RRT-Daten	206
4.3.2 Weitere Analyseverfahren.....	209
5 Empirische Analysen der Validierungsstudie.....	211
5.1 Variablen der empirischen Analysen	211
5.1.1 Dimensionale Analysen und Generierung von Indikatoren	211
5.1.2 Verteilungen der Variablen im Untersuchungssample	222
5.2 „Weiche“ Indikatoren der Umfragequalität im Modusvergleich	229
5.3 Antwortvalidität im Modusvergleich.....	235
5.4 Determinanten des Antwortverhaltens.....	241
5.4.1 Soziodemographische Determinanten des Antwortverhaltens .	242
5.4.2 Analysen zur Rational Choice-Theorie: Die Bedeutung von „Social Desirability“-Effekten	251
5.4.3 Analysen zur Frame-Selektionstheorie	263
5.4.4 „Weiche“ Qualitätsindikatoren und Antwortverhalten.....	283
5.4.5 Ein Gesamtmodell zur Erklärung des Befragtenverhaltens....	289
5.5 Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse	299
6 Resümee und Ausblick.....	307
6.1 Zusammenfassung und Diskussion.....	308
6.2 Vorschläge und Empfehlungen für die künftige Forschung	315
6.2.1 Begrenzungen der Arbeit und weiterer Forschungsbedarf.....	316
6.2.2 Zur Zukunft der RRT	319
Anhang: Zusätzliche Tabellen und Abbildungen.....	323
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	339
Literatur	343