

Kontexteffekte in der Umfrageforschung: Interaktion zwischen Erhebungsdesign und Antwortverhalten

**[English Title: On the Interaction between Study Design and Response
Behavior]**

Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades
der Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Georg-August-Universität Göttingen

vorgelegt von

Henning Silber

geboren in Mainz-Mombach

Göttingen, 2015

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	5
1.1. Einleitung	
1.2. Forschungsstand	
1.3. Forschungsdefizit	
1.4. Forschungsziel und Ausblick	
2. Theoretische Überlegungen.....	17
2.1. Begrifflicher Rahmen	
2.2. Konsequenzen für die nachfolgenden theoretischen Überlegungen	
2.3. Rational-Choice Ansatz	
2.4. Kognitionspsychologischer Ansatz	
2.5. Framing Ansatz	
Satisficing Ansatz und Satisficing als Framing	
Kulturabhängiges Framing	
2.6. Konsequenzen für die nachfolgenden empirischen Studien	
2.7. Exkurs: Experimentelle Sozialforschung	
3. Fünf empirische Experimental- und Quasi-Experimentalstudien.....	52
3.1. Überblick	
3.2. Studie 1: Comparing Different Types of Web Surveys: Examining Drop-Outs, Non-Response and Social Desirability.....	55
3.3. Studie 2: Comparing Experiments with Probability and Non-Probability Samples.....	79
3.4. Studie 3: Comparing the Accuracy of Bivariate Relations across Probability and Non-Probability Samples.....	99
3.5. Studie 4: Multivariate Zusammenhänge in Onlinebefragungen.....	122
3.6. Studie 5: Kulturabhängiges Framing: Eine international vergleichende Untersuchung von klassischen Umfrageexperimenten zu sozial erwünschtem Antwortverhalten in sechs Ländern.....	143
4. Diskussion.....	167
4.1. Zusammenfassung der Ergebnisse der fünf Studien im Hinblick auf das zweistufige Framing-Modell	
4.2. Reichweite	
4.3. Implikationen für die wissenschaftliche Umfrageforschung	
4.4. Implikationen für die Umfragepraxis	

- 4.5. Implikationen für die international vergleichende Umfrageforschung
- 4.6. Schlussbemerkung

Literaturverzeichnis

Anhang