

# Metadatenreport



Teil I: Allgemeine und methodische Informationen zur Konsumbefragung

Version 1

## Impressum

Herausgeber: Statistische Ämter des Bundes und der Länder  
Herstellung: Information und Technik Nordrhein-Westfalen  
Telefon 0211 9449-01 • Telefax 0211 9449-8000  
Internet: [www.forschungsdatenzentrum.de](http://www.forschungsdatenzentrum.de)  
E-Mail: [forschungsdatenzentrum@it.nrw.de](mailto:forschungsdatenzentrum@it.nrw.de)

### Fachliche Informationen

zu dieser Veröffentlichung:

Statistisches Bundesamt  
Forschungsdatenzentrum

Tel.: 0611 75-2420  
Fax: 0611 75-3915  
[forschungsdatenzentrum@destatis.de](mailto:forschungsdatenzentrum@destatis.de)

### Informationen zum Datenangebot:

Statistisches Bundesamt  
Forschungsdatenzentrum

Tel.: 0611 75-4220  
Fax: 0611 72-3915  
[forschungsdatenzentrum@destatis.de](mailto:forschungsdatenzentrum@destatis.de)

Forschungsdatenzentrum der  
Statistischen Ämter der Länder  
– Geschäftsstelle –  
Tel.: 0211 9449-2873  
Fax: 0211 9449-8087  
[forschungsdatenzentrum@it.nrw.de](mailto:forschungsdatenzentrum@it.nrw.de)

Erscheinungsfolge: einmalig  
Erschienen im Februar 2022

Diese Publikation wird kostenlos als PDF-Datei zum Download unter [www.forschungsdatenzentrum.de](http://www.forschungsdatenzentrum.de) angeboten.

© Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf, 2015  
(im Auftrag der Herausbergemeinschaft)

Vervielfältigung und Verbreitung, nur auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet. Alle übrigen Rechte bleiben vorbehalten.

Fotorechte Umschlag: ©artSILENCE –Fotolia.com

### Empfohlene Zitierung:

Forschungsdatenzentren der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder: Metadatenreport. Teil I: Allgemeine und methodische Informationen zur Konsumbefragung. Version 1. Wiesbaden 2022.

# Metadatenreport

Teil I: Allgemeine und methodische Informationen zur Konsumbefragung

Version 1

# Inhalt

<b>1. Allgemeine Informationen</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1 Ziel / Zweck der Statistik</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2 Rechtsgrundlagen (Verlinkungen)</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 Erhebungsart</b> .....	<b>5</b>
<b>1.4 Erhebungseinheit / Auskunftsgibende / Erhebungsgesamtheit</b> .....	<b>5</b>
<b>1.5 Berichtskreis / Berichtsweg</b> .....	<b>6</b>
<b>1.6 Berichtszeitraum / Berichtszeitpunkt</b> .....	<b>6</b>
<b>1.7 Periodizität</b> .....	<b>6</b>
<b>1.8 Regionale Ebene</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Methodik</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1 Erhebungsmethode</b> .....	<b>6</b>
<b>2.2 Erhebungsinhalt</b> .....	<b>7</b>
<b>2.3 Auswahlgrundlage</b> .....	<b>7</b>
<b>2.4 Methode der Stichprobenziehung</b> .....	<b>7</b>
<b>2.5 Aufbereitungsverfahren</b> .....	<b>9</b>
<b>2.6 Hochrechnung</b> .....	<b>9</b>
<b>2.7 Methodische Änderungen</b> .....	<b>9</b>
<b>2.8 Klassifikationen</b> .....	<b>10</b>
<b>2.9 Fachliche und räumliche Vergleichbarkeit</b> .....	<b>10</b>
<b>3. Qualität</b> .....	<b>10</b>
<b>4. Zentrale Veröffentlichungen</b> .....	<b>11</b>
<b>5. Produkte in den FDZ</b> .....	<b>12</b>

# **1. Allgemeine Informationen**

Die Bundesregierung hat im Juni 2020 ein Konjunktur- und Zukunftsprogramm auf den Weg gebracht, um den wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie entgegen zu wirken. Dieses Konjunkturpaket beinhaltet Maßnahmen, die die Wirtschaft beleben und nachhaltig stützen sollen. Zu den Maßnahmen, die die Privathaushalte betreffen, zählen vor allem der Kinderbonus, der einmalig in einer Höhe von 300 Euro an Eltern für jedes kindergeldberechtigte Kind ausgezahlt wurde und eine temporäre Mehrwertsteuersenkung, bei der die Mehrwertsteuersätze von 19 auf 16 Prozent und von sieben auf fünf Prozent für den Zeitraum vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020 gesenkt wurden.

## **1.1 Ziel / Zweck der Statistik**

Das Bundesfinanzministerium hat das Statistische Bundesamt mit der Durchführung einer Sondererhebung von Konsumdaten zur Evaluierung des Konjunkturpaketes beauftragt. Zu diesem Zweck wurden Konsumdaten mittels einer Befragung bei Privathaushalten durchgeführt.

## **1.2 Rechtsgrundlagen (Verlinkungen)**

Rechtsgrundlage ist das Bundesstatistikgesetz § 3 Abs. 1 Nr. 16. Die Teilnahme an dieser Erhebung ist freiwillig.

[https://www.gesetze-im-internet.de/bstatg\\_1987/\\_3.html](https://www.gesetze-im-internet.de/bstatg_1987/_3.html)

## **1.3 Erhebungsart**

Es handelt sich um eine Primärstatistik durch Befragung.

## **1.4 Erhebungseinheit / Auskunftsgabende / Erhebungsgesamtheit**

Erhebungseinheit: Privathaushalte in Deutschland

Auskunftgebende: Personen in Privathaushalten

Erhebungsgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung am Haupt- und Nebenwohnsitz in Deutschland

## **1.5 Berichtskreis / Berichtsweg**

Die Datenerhebung wurde mittels einer Online-Befragung zentral durch ein externes Institut durchgeführt, welches die erhobenen Daten auf gesichertem Weg an das Statistische Bundesamt übermittelte.

## **1.6 Berichtszeitraum / Berichtszeitpunkt**

Die Befragung wurde im Zeitraum von August bis Dezember 2020 durchgeführt. Die Befragungspersonen wurden retrospektiv zu ihren Ausgaben im letzten Monat sowie prospektiv zu ihren Ausgaben im kommenden Monat gefragt.

## **1.7 Periodizität**

Die Befragung wurde monatlich durchgeführt. Aufgrund einer ausreichend großen Stichprobe, können die Daten auf Monatsebene ausgewertet werden.

## **1.8 Regionale Ebene**

Die Befragung wurde im gesamten Gebiet der Bundesrepublik Deutschland durchgeführt. Die Postleitzahl wurde auf 2- oder 3-Steller übermittelt. Hochgerechnet wurde auf Basis der Nielsegebiete.

# **2. Methodik**

## **2.1 Erhebungsmethode**

Die Datenerhebung fand ausschließlich Online mittels CAWI (Computer Assisted Web Interview) statt. Die Befragung erfolgte freiwillig und konnte auf sämtlichen onlinefähigen Endgeräten, darunter beispielsweise Desktop-PC, Laptop, Tablet oder Smartphone, durchgeführt werden. Die Befragung wurde als Personenbefragung angelegt, bei der jeder Befragte und jede Befragte stellvertretend für den gesamten Haushalt Angaben zum Konsumverhalten tätigte.

Der Fragebogen wurde von dem externen Institut programmiert und über deren Server bereitgestellt. Die Rekrutierung der Befragungspersonen erfolgte koordiniert durch das externe Institut über Online

Access Panels<sup>1</sup>. Die Einladung zur Teilnahme an der Befragung erfolgte per E-Mail. Bei erfolgreichem Abschluss der Befragung erhielten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen für die Teilnahme an der Befragung ein sogenanntes Incentive (z. B. Bonuspunkte, Verlosungen, Gutscheine etc.). Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die nicht den Quoten- oder Screeningkriterien entsprachen, konnten nicht an der Befragung teilnehmen.

## **2.2 Erhebungsinhalt**

Es wurden die folgenden Inhalte erhoben:

- Soziodemographische Angaben zur befragten Person, wie z. B. Geburtsjahr, Geschlecht
- Soziodemographische Angaben zur Haupteinkommensperson, wie z. B. Geburtsjahr, Geschlecht, Bildung, Erwerbstätigkeit
- Angaben zur Haushaltszusammensetzung, wie z. B. Haushaltsgröße, Kinder im Haushalt
- Konsumausgaben im letzten und im kommenden Monat
- Einkommen und Einschätzung der Einkommensentwicklung
- Einschätzung der finanziellen Situation des Haushalts
- Beabsichtigter Verwendungszweck des Kinderbonus
- Einfluss der temporären Mehrwertsteuersenkung auf Kaufentscheidungen

## **2.3 Auswahlgrundlage**

Die Auswahlgrundlage für die Ziehung der Stichprobe sind Online Access Panels (mit Zugriff auf mehrere Felddienstleister, siehe auch Punkt 3). Das externe Institut verfügt mittels der Online Access Panels über einen Zugriff auf mehr als 40.000 aktive Teilnehmer und Teilnehmerinnen (gemäß der ESOMAR Definition für aktive Panelisten).

Die Rekrutierung der Befragungspersonen für die Access Panels fand aus Offline Studien, jedoch mit einem steigenden Anteil der Neurekrutierung durch Online Studien statt. Nach der Registrierung und Identifikationsprüfung, erfolgt eine Profilbefragung, die der späteren Stichprobenziehung dient.

## **2.4 Methode der Stichprobenziehung**

Bei der Stichprobe handelt es sich um eine Quotenstichprobe mit freiwilliger Auskunftserteilung. Die Stichprobenziehung erfolgte nach den Vorgaben der zu befragenden Zielgruppe. Als Basis für die Stichprobe von ca. 4.500 Befragten pro Monat wurden die angemeldeten Teilnehmer und

---

<sup>1</sup> Unter einem Access Panel ist ein Pool an potenziellen Teilnehmern und Teilnehmerinnen an Befragungen zu verstehen, die sich freiwillig bei einem entsprechenden Panelanbieter registriert haben, um an Befragungen teilzunehmen.

Teilnehmerinnen der Online Access Panels (vgl. Punkt 2.1.) im Alter zwischen 18 und 74 Jahren in Betracht gezogen.

Um die Grundgesamtheit in der Stichprobe möglichst exakt abzubilden, wurden für die Zusammensetzung der Stichprobe die Strukturmerkmale Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße und Wohnort nach Nielsen-Gebieten gewählt. Diese soziodemografischen Variablen wurden entsprechend ihrer Verteilung im Mikrozensus 2019 quotiert. Die einzelnen Merkmale wurden bei der Stichprobenziehung jedoch nicht untereinander gekreuzt betrachtet.

Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die bereits an vorherigen Wellen der Befragung teilnahmen, wurden von zukünftigen Befragungswellen im Zeitraum August bis Dezember ausgeschlossen.

	August	September	Oktober	November	Dezember
<b>Anzahl versandter Einladungen</b>	<b>15.114</b>	<b>10.497</b>	<b>12.783</b>	<b>11.368</b>	<b>10.777</b>
Anzahl begonnener Interviews	6.768	5.575	6.063	6.702	6.304
Ausschluss aufgrund bereits gefüllter Quoten	1.129	172	506	1.084	698
Anzahl begonnener und nicht fertiggestellter Interviews	744	672	784	786	794
Screenouts	389	207	288	321	329
Ausschluss aufgrund von mehrfachem Zugriff auf die Befragung	62	52	36	55	50
Ausschluss aufgrund der Antwortqualität, z. B. Straightlining	306	114	214	226	243
Ausschluss aufgrund von Nichterfüllung befragungsrelevanter Kriterien, z. B. Alter (zu jung /zu alt)	21	41	38	40	36
<b>Anzahl vollständiger Interviews nach Abschluss der Feldarbeit</b>	<b>4.506</b>	<b>4.524</b>	<b>4.485</b>	<b>4.511</b>	<b>4.483</b>
Anzahl nachträglich entfernter Interviews (Plausibilitätscheck, Dublettencheck)	88	106	116	92	119
<b>Finale Anzahl vollständiger Interviews</b>	<b>4.416</b>	<b>4.418</b>	<b>4.369</b>	<b>4.419</b>	<b>4.364</b>
Keine Angabe beim Einkommen	165	185	205	201	210
<b>Verteilung der Endgeräte</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
PC/Laptop	60%	60%	62%	55%	57%
Mobile	35%	35%	33%	39%	38%
Tablet	5%	5%	5%	6%	5%
<b>Durchschnittliche Interviewdauer (Mittelwert) in min</b>	<b>12,4</b>	<b>14,3</b>	<b>11,7</b>	<b>10,9</b>	<b>11,0</b>

Tabelle 1: Befragungsstatistik August bis Dezember

## **2.5 Aufbereitungsverfahren**

Im Anschluss an die Erhebung für die jeweilige Befragungswelle unterlagen die Daten vor der Hochrechnung weiterer Prüfungen, die die einmalige Teilnahme einer Befragungsperson pro Monat sowie die Plausibilität der Daten sicherstellten.

Die Generierung abgeleiteter Variablen erfolgte durch das Statistische Bundesamt.

## **2.6 Hochrechnung**

Da nicht alle Merkmale in der Befragung quotiert werden können, ist die Gewichtung und Hochrechnung ein wichtiger Schritt, um Schiefen in nicht quotierten Merkmalen auszugleichen und die Repräsentativität der Ergebnisse zu erhöhen. Daher wurden die erhobenen Daten auf Grundlage des aktuellen Mikrozensus (2019) auf die Verteilung von privaten Haushalten gewichtet und hochgerechnet. Hierfür wurden die Merkmale Haushaltsgröße, Haushaltstyp, Anzahl der Kinder unter 18 Jahren und Haushaltsnettoeinkommen herangezogen. Beim Haushaltstyp wird zwischen Einpersonenhaushalten, Alleinerziehenden, Paarhaushalten mit Kindern (mindestens ein Kind unter 18 Jahren), Paarhaushalten ohne Kinder unter 18 Jahren und sonstigen Haushalten unterschieden. Um eine Auswertung der erhobenen Daten nach einzelnen Gebieten zu ermöglichen, werden die Hochrechnungsmerkmale mit den Nielsen-Gebieten gekreuzt. So wird eine repräsentative Verteilung der betrachteten Merkmale innerhalb jedes Nielsen-Gebiets sichergestellt.

Neben der Gewichtung und Hochrechnung der Stichprobe auf Haushaltsebene wurde die Stichprobe zusätzlich auf Personenebene gewichtet und hochgerechnet. Dies ermöglicht in Ergänzung der Betrachtung des Konsumverhaltens von Haushalten eine Betrachtung der Ergebnisse auf Individualebene. Hierzu wurden die Merkmale Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße und Haushaltsnettoeinkommen herangezogen.

Befragungspersonen, die beim Haushaltsnettoeinkommen keine Angabe machten, wurden aus der Hochrechnung ausgeschlossen, da das Haushaltsnettoeinkommen eine zentrale Größe in der Erhebung ist und somit in der Hochrechnung berücksichtigt werden muss, um eine systematische Verzerrung der Ergebnisse auszuschließen.

## **2.7 Methodische Änderungen**

In der August- und September-Befragung wurde ein Split-Ballot-Experiment mit drei Gruppen zur Abfrage nach Verwendung des Kinderbonus durchgeführt. Ab der Oktober-Befragung wurde das Experiment nicht mehr durchgeführt und die Fragen zum Kinderbonus allen Haushalten mit Kindergeldbezug gestellt.

## 2.8 Klassifikationen

Es werden keine Klassifikationen vorgenommen.

## 2.9 Fachliche und räumliche Vergleichbarkeit

Die zeitliche Vergleichbarkeit zwischen den Monaten ist voll gewährleistet.

Regionale Vergleichbarkeit nur auf der Ebene der Nielsen-Gebiete, da dafür hochgerechnet wird.

## 3. Qualität

Die geltenden Datenschutz-Richtlinien werden eingehalten. Das externe Institut ist zudem Mitglied im Arbeitskreis Deutscher Marktforscher (ADM), im Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) sowie in der European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR) und unterliegt damit den geltenden Standesregeln und -vorgaben der Branche.

Um die Qualität der erhobenen Daten zu gewährleisten, wurden sowohl vor, während als auch nach der Datenerhebung folgende Qualitätssicherungsmaßnahmen seitens des durchführenden Instituts ergriffen:

### **Vor der Datenerhebung:**

➤ Auswahl von Felddienstleistern:

Die Auswahl erfolgt gemäß ESOMAR-, ADM- und interner Qualitäts-Standards des Instituts sowie auf Basis langjähriger Zusammenarbeit in einer Vielzahl von Projekten. Zudem werden mehrere Felddienstleister eingesetzt, um mögliche Verzerrungen des Samples eines Anbieters zu minimieren als auch die Machbarkeit / Erfüllung der Fallzahlen der Erhebung gewährleisten zu können. Dies ist aufgrund der Wellenausschlüsse<sup>2</sup> in Kombination mit der hohen Anzahl an Interviews je Welle erforderlich.

### **Während der Datenerhebung:**

- Statistische Überwachung der Feldarbeit in Echtzeit
- Einsatz von Qualitätswerkzeugen des externen Instituts:

---

<sup>2</sup> Befragte dürften nur einmalig an der Erhebung teilnehmen. Nach der Teilnahme wurde sie für die weiteren Wellen gesperrt.

- Ein Tool überwacht Timings in Echtzeit für jeden Befragten zur Verifizierung der Qualität der Interviewdauer, basierend auf realer Dauer und erwarteter Dauer, spezifiziert als Wert zum Vergleich. Grid-Fragen können auf Straightlining und offene Fragen auf eine Minimalanzahl von Zeichen geprüft werden.
- Echtzeit De-Duplizierungs-Anwendung (auch bekannt als GRMS Echtzeit De-Duplizierung oder Digitaler Fingerabdruck). Dies ermöglicht es, Computer-Browser, mit denen Befragte Umfragen durchführen, eindeutig zu identifizieren und doppelte Befragte zu erkennen.
- Captcha-Abfrage zur Verhinderung von automatisiertem Zugriff auf ein System durch Computerprogramme oder „Bots“.

Die oben aufgeführten Qualitätsmaßnahmen können nicht zu 100% Doppelteilnahmen ausschließen, da hier auch der Datenschutz sehr stark greift. Sowohl die Online Erhebungsmethode als auch die Möglichkeiten des Internets erschweren zum Teil die automatisierte Identifizierung von Doppelteilnahmen oder Device Switchern. Ein Grund dafür kann z. B. die Ablehnung von Cookies seitens des Befragten sein.

#### **Nach der Datenerhebung:**

- Erweiterung der Duplizierungsprüfung auf einen Abgleich von zusätzlichen Befragungsinhalten, um damit doppelte Befragte zu erkennen, die auf verschiedenen Geräten an der gleichen Befragung teilnehmen.
- Durchführung von Plausibilitätsprüfungen, um sicherzustellen, dass die erhobenen Daten im Hinblick auf die Angaben zur Haushaltszusammensetzung und den Konsumausgaben in sich schlüssig sind.

Eine externe Datenvalidierung wurde anhand des EVS 2018 Datensatzes vorgenommen.

## **4. Zentrale Veröffentlichungen**

Corona-Statistik: Sondererhebung von Konsumdaten zur Evaluierung des Konjunkturprogramms  
<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Konsumausgaben-Lebenshaltungskosten/konsumbefragung-einleitung.html>

Bericht zur Datenqualität der Sonderbefragung zum Konsum privater Haushalte 2020  
[https://www3.nd.edu/~rbachman/Konsumumfrage\\_Qualitaetsbericht\\_2021jul05.pdf](https://www3.nd.edu/~rbachman/Konsumumfrage_Qualitaetsbericht_2021jul05.pdf)

## **5. Produkte in den FDZ**

Für die Konsumbefragung stehen die On-Site Zugangswege (kontrollierte Datenfernverarbeitung und Gastwissenschaftlerarbeitsplatz) zur Verfügung.

Weitere Informationen zu den verfügbaren FDZ-Produkten finden Sie auf <https://www.forschungsdatenzentrum.de/de/haushalte/konsumbefragung>.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder,  
Metadatenreport – Teil I: Allgemeine und methodische Informationen zur Konsumbefragung

Fotorechte Umschlag: ©artSILENCEcom – Fotolia.com