

Martin Abraham & Per Kropp

Die soziale Einbettung von Konsumententscheidungen.

Studienbeschreibung und Codebook

(Version 1.2, 5. Juli 2000)

Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie der Universität Leipzig

Die *Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie* erscheinen in unregelmäßiger Reihenfolge. Bisher erschienene Berichte können unter folgender Adresse angefordert werden. Für die Inhalte sind allein die jeweiligen Autoren verantwortlich.

Redaktion: Per Kropp

Kontakt Institut für Soziologie
 Universität Leipzig
 Beethovenstr. 15
 04107 Leipzig

Tel. +49/ (0)341/ 9735 -651/-660

Fax +49/ (0)341/ 9735669

email: kropp@sozio.uni-leipzig.de

net: <http://www.uni-leipzig.de/~sozio/>

(Rubrik: Projekte > 'Wabe': Arbeitsberichte)

Die soziale Einbettung von Konsumententscheidungen

Codebook

Inhalt

Kurzbeschreibung	3
A. Feldarbeit	4
Einleitung	4
Die Befragten	4
Der Fragebogen	5
Die Mitarbeiter an der Studie	6
Literatur	6
B. Datenbeschreibung	7
B.1. Fragebogen [Datensatz: K99_v1.sav]	8
B.2. Netzwerkgenerator [Datensatz: K99nw_v1.sav]	95
B.3. Kontaktblatt	103
B.4. Zusätzliche Variablen (Fragebogen)	108
Erhebungstechnische Daten (108); Zusätzliche demografische Variablen (109); Zusätzlich: Fragebogenteil-Wohnungssuche (109); Zusätzlich: Fragebogenteil-Versicherung (110); Zusätzlich: Fragebogenteil-Zahnarzt (110); Zusätzlich: Fragebogenteil-Urlaub (110); Netzwerkvariablen (111)	
B.4. Zusätzliche Variablen (Netzwerkdaten)	122
C. Anlage	C - I
C.1. Fragebogen	C - I
C.2. Netzwerkgenerator	C - XXIV
C.3. Kontaktblatt	C - XXVI

Kurzbeschreibung

Titel	Die soziale Einbettung von Konsumententscheidungen
Gebiet	Befragung über den Einfluß von sozialer Einbettung bei der Lösung von Vertrauensproblemen in bezug auf Konsumententscheidungen in Haushalten
Themen	Merkmale der Befragten und ihres persönlichen Netzwerkes; Anmietung einer Wohnung; Abschluss einer Versicherung; Suche eines neuen Zahnarztes; Buchung eines Pauschalurlaubs'
Untersuchungsleitung	Martin Abraham, Per Kropp
Finanzierung	Deutsche Forschungsgemeinschaft, Universität Leipzig
Zitierung	Abraham, Martin & Per Kropp (2000). Die soziale Einbettung von Konsumententscheidungen. Codebook. Leipzig: Arbeitsbericht des Instituts für Soziologie, Nr. 8.
Feldarbeit	Martin Abraham, Per Kropp; Teilnehmer des Lehrforschungspraktikums
Disziplin	Soziologie
Stichworte	Konsumentenverhalten, Netzwerke, Transaktionskosten
Population	Privathaushalte
Stichprobe	Leipziger Haushalte
Stichprobenziehung	Telefonbuch, Ergänzung durch selektive Auswahl
Datenerhebung	mündliche Befragung
Erhebungsinstrument	standardisierter Fragebogen, Netzwerkgenerator
Erhebungszeitraum	Februar - Juni 1999
Fallzahl	360
Variablenzahl	646
Sprachen	deutsch
Daten	auf Anfrage erhältlich

A. Feldarbeit

Einleitung

Ziel dieses Projektes war es, in Form einer Pilotstudie erste Erkenntnisse über die systematische Nutzung sozialer Netzwerke für den Kauf von Vertrauensgütern durch Privatpersonen zu gewinnen. Hierbei stehen insbesondere zwei Fragen im Vordergrund:

- (1) Werden soziale Netzwerke im Suchprozeß und bei der Kaufentscheidung von Vertrauensgütern genutzt, und wenn ja, welche Bedingungen beeinflussen das Ausmaß der Nutzung von sozialen Netzwerken?
- (2) Welche Effekte hat die Nutzung von sozialen Netzwerken im Hinblick auf Suchdauer und Kaufzufriedenheit?

Aufgrund des Umstandes, dass unsere Forschungsfragen bisher weder theoretisch noch empirisch im nennenswerten Maße bearbeitet wurden, besitzt die Studie einen eher explorativen Charakter. Wesentliche Ziele waren:

- ▶ einen ersten (nicht-repräsentativen) Einblick zu erhalten, inwiefern Netzwerke für den Erwerb unterschiedlicher Vertrauensgüter zum Einsatz kommen,
- ▶ die Entwicklung geeigneter empirischer Instrumente, soweit diese noch nicht existieren, sowie
- ▶ die Gültigkeit von Hypothesen zu prüfen, die aus dem skizzierten theoretischen Rahmen abgeleitet werden können.

Gemäß diesen Zielsetzungen wurde auf eine überregional repräsentative Erhebung verzichtet, um durch die regionale Begrenzung die Möglichkeit zu nutzen, die Daten mittels face-to-face Interviews zu erheben. Dies eröffnete die Möglichkeit, differenzierte Reaktionen auf unsere eingesetzten Instrumente zu erhalten und über die geplante standardisierte Erhebung hinaus Informationen über das Feld und die gewählten Vertrauensgüter zu erhalten.

Die Befragten

Die Auswahl der Interviewpartner erfolgte auf der Basis einer aktuellen elektronischen Adressdatenbank.¹ Von allen der hierin enthaltenen Leipziger Telefonanschlüsse wurden nach Zufallsauswahl 3000 Anschlüsse ausgewählt. Von diesen wurden dann 2112 Anschlüsse tatsächlich zu kontaktieren versucht. Der Erhebungszeitraum begann in März 1999 und endete im Juli desselben Jahres. In der Regel wurden die Personen befragt, auf die der Anschluss eingetragen war, ansonsten zum Haushalt gehörende Personen. Wie Tabelle 1 zeigt, wurden auf dieser Basis 316 Interviews realisiert,² dies entspricht einer bereinigten Rücklaufquote von 26%. Recht schnell stellte sich heraus, dass aufgrund der besseren Erreichbarkeit ältere Personen in unserer Untersuchung überrepräsentiert waren. Um diesen Bias zu korrigieren, wurde für die bezahlten Interviews Personen über 60 Jahre ausgeschlossen. Zusätzlich interviewten die Studierenden im involvierten Forschungspraktikum 44 Personen aus ihrem entfernten

¹ Verwendet wurde die Telefon-CD-ROM 'DT-Info & Route von 1999', von der alle Telefonanschlüsse mit der Leipziger Vorwahl exportiert und 3000 Anschlüsse nach Zufallsprinzip ausgewählt wurden.

² Hiervon wurde 176 Personen durch die Studierenden im Forschungspraktikum und 140 Personen durch externe, aus DFG-Mitteln bezahlte Mitarbeiter interviewt.

Bekanntes; dies senkte den Altersdurchschnitt und erhöhte zudem die Anzahl der auswertbaren Interviews. Damit basiert der verfügbare Datensatz auf 360 Interviews, die aufgrund der geringen Fallzahl und des Auswahlverfahrens nur unter Einschränkungen eine repräsentative Stichprobe für Leipzig im eigentlichen Sinne darstellen, jedoch durchaus einen ersten Aufschluß über die Bedeutung von sozialen Netzwerken für Konsumententscheidungen erlauben.

TABELLE 1: *Grundgesamtheit und Rücklauf der Studie*

	Anzahl der kontaktierten Personen	in %
1 Anzahl der insgesamt bearbeiteten Adressen	2112	100,0
2 Vorausfall		
a) gehört nicht zur Untersuchungsgruppe	231	11,2
b) falsche Adresse/ verstorben	252	12,2
c) nach 5 Kontakten nicht erreicht	400	19,4
3 Kontaktstatistik		
a) definitive Absagen	898	43,5
b) nicht realisierte Termine	20	1,0
c) Anzahl der realisierten Interviews	316	15,3
d) nicht zufällig ausgewählte Personen aus persönlichen Netzwerken	44	---
4 Netto-Rücklaufquote der Zufallsstichprobe (2a/1)	---	26,0

Die Datenerhebung erfolgte in der Form von mündlichen Interviews mit standardisierten Fragebögen. Eine Besonderheit stellte dabei die Verwendung eines Namensgenerators dar. Die Interviews dauerten in der Regel 40 bis 60 Minuten.

Der Fragebogen

Nach mehreren explorativen Interviews zur Feldexploration wurde unter Mitarbeit von StudentInnen eines Lehrforschungspraktikums ein standardisierter Fragebogen erstellt, mit dessen Hilfe Daten zu vier Transaktionen erhoben wurden, die sich auf den Konsum von Vertrauensgütern beziehen. Als Beispiele für Vertrauensgüter umfassende Transaktionen wurde die Anmietung einer Wohnung, der Abschluss einer Versicherung, die Suche eines neuen Zahnarztes oder die Buchung eines Pauschalurlaubs ausgewählt.

Der Fragebogen gliedert sich in 5 Teile. Im ersten Teil werden eine Reihe von allgemeinen und demografischen Daten erhoben; in den folgenden Teilen werden die vier Transaktionenarten 'Anmietung einer Wohnung', 'Abschluss einer Versicherung', 'Suche eines neuen Zahnarztes' sowie die 'Buchung eines Pauschalurlaubs' behandelt. Für die einzelnen inhaltlichen Teile sind die Teilnehmer des Forschungspraktikums verantwortlich, die diese Themen in vier Arbeitsgruppen bearbeiteten. Zusätzlich wurde

während des Interviews zwei Bögen über das soziale Netzwerk der Befragten ausgefüllt (Namensgenerator). Zu jedem Fragebogen gibt es darüber hinaus ein Kontaktblatt, das nach dem Interview von den Interviewern über dessen Verlauf ausgefüllt wurde.

Die Mitarbeiter an der Studie

Die Interviews wurden hauptsächlich als Pflichtinterviews durch Teilnehmer des Lehrforschungspraktikums 'Soziale Einbettung und Gestaltung wirtschaftlicher Transaktionen' am Institut für Soziologie der Universität Leipzig durchgeführt. Die Studenten haben Forschungsfragen und Fragebogen zum großen Teil selbstständig entwickelt und waren daher auch für die Interviewtätigkeit sehr gut motiviert. Die Pflichtinterviews wurden z.T. zu zweit durchgeführt. Von jedem Studenten wurde die Teilnahme an 20 Interviews erwartet.

Durch die Unterstützung der DFG wurde es möglich, zusätzliche Interviews zu finanzieren. Diese wurden wiederum durch Teilnehmer des Lehrforschungspraktikums und durch zusätzlich geschulte Studenten erbracht.

Die Dateneingabe erfolgte ebenfalls durch Teilnehmer des Lehrforschungspraktikums.

Literatur:

Abraham, Martin & Per Kropp (2000). Die Bedeutung sozialer Einbettung für Konsumententscheidungen privater Akteure. Abschlußbericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft. Leipzig: Arbeitsbericht des Instituts für Soziologie, Nr. 10.

Abraham, Martin & Per Kropp (2000): Die institutionelle und soziale Einbettung von Suchprozessen für wirtschaftliche Transaktionen: Das Beispiel der Wohnungssuche, in: Die institutionelle und soziale Einbettung der Wohnungssuche. In: Metze, Regina; Kurt Mühler und Karl-Dieter Opp: Normen und Institutionen. Ursachen und Wirkungen. Universitätsverlag Leipzig.

B. Datenbeschreibung

B.1. Erläuterungen

Allgemein

Das folgende Codebook besteht aus der Kombination des eigentlichen Erhebungsinstruments (Fragebogen und Extrateile - Netzwerkgenerator, Kontaktblatt) und den dazugehörigen Datenausgaben aus dem statistischen Auswertungsprogramm (SPSS). Bei eventuell auftretenden Fragen zum genauen Fragebogendesign kann auf **Anlage C** zurückgegriffen werden.

Im folgenden wird der Beginn jeder neuen Seite im Fragebogen im Codebook mit **[SEITE ...]** gekennzeichnet und durch eine Linie von der vorherigen bzw. der folgenden Seite abgetrennt.

Hinweise bzw. Kommentare zu Besonderheiten, die Fragen, Antworten, Variablenamen oder ähnliches betreffen, werden in eckigen Klammern [...] wiedergegeben. Das gleiche gilt für Filter, die in dem Fragebogen verwendet wurden. In diesem Fall steht in den Klammern die folgende Variable, die nach dem Filter weiter beantwortet werden sollte.

Missings

Die in den Datenausgaben als Missing [**miss**] gekennzeichneten Werte sind Antwortausfälle, bei denen der Befragte entweder die Antwort verweigert hat oder vergaß, die Frage zu beantworten. Meist sind diese Werte mit dem Label 9, 99, 999 o.ä. gekennzeichnet.

Ausfälle, die durch einen Filter erzeugt wurden, weil Personen bei einer bestimmten Antwortmöglichkeit die nächste(n) Frage(n) nicht beantworten brauchten/sollten, sind in der Datenausgabe mit einem Komma gekennzeichnet und werden als Systemmissings behandelt [sysmiss].

Aufbau

B.1. Fragebogen	7
B.2. Netzwerkgenerator	92
B.3. Kontaktblatt	92
B.4. Zusätzliche Variablen	97

Erhebungstechnische Daten (97);
 Zusätzliche demografische Variablen (98);
 Zusätzlich: Fragebogenteil-Wohnungssuche (98);
 Zusätzlich: Fragebogenteil-Versicherung (99);
 Zusätzlich: Fragebogenteil-Zahnarzt (99);
 Zusätzlich: Fragebogenteil-Urlaub (100);
 Netzwerkvariablen (100)

B.1. Fragebogen [Datensatz: K99 v1.sav]

[SEITE 1]

1 Fragen zu Ihrer Person

1.1 Wann sind Sie geboren? 19_____

V11 Geburtsjahr

Value	Label	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
13		1	,3	,3	,3
18		1	,3	,3	,6
19		1	,3	,3	,8
...					
79		3	,8	,8	99,4
80		1	,3	,3	99,7
81		1	,3	,3	100,0
99		1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	

Mean	55,593	Median	57,000	Mode	69,000
Std dev	15,659	Kurtosis	-,833	S E Kurt	,257
Skewness	-,356	S E Skew	,129	Minimum	13,000
Maximum	81,000				

* Multiple modes exist. The smallest value is shown.

1.2 Führen Sie zur Zeit eine Beziehung mit einer festen Lebensgefährtin / einem festen Lebensgefährten?

V12 feste Beziehung

Value	Frequency	Valid Percent	Cum Percent	Percent	Value Label
0	92	25,6	25,7	25,7	nein [Bitte weiter mit Frage 1.4]
1	224	62,2	62,6	88,3	ja, ich führe mit meiner Partnerin / meinem Partner einen gemeinsamen Haushalt
2	42	11,7	11,7	100,0	ja, wir wohnen jedoch in getrennten Haushalten
9	2	,6	Missing		
Total		360	100,0	100,0	

Mean	,860	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,596	Kurtosis	-,295	S E Kurt	,257
Skewness	,056	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	2,000				

1.3 Sind Sie mit Ihrer festen Lebensgefährtin / Ihrem festen Lebensgefährten verheiratet?

V13 Verheiratet?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	Value Label
0	84	23,3	31,6	31,6	nein
1	182	50,6	68,4	100,0	ja
,	92	25,6	Missing		
9	2	,6	Missing		
Total		360	100,0	100,0	

Mean	,684	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,466	Kurtosis	-1,375	S E Kurt	,298
Skewness	-,797	S E Skew	,149	Minimum	,000
Maximum	1,000				

1.4 Welchen Schulabschluß haben Sie? (Bitte den höchsten Abschluß angeben)**V14** Ausbildungsniveau

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	32	8,9	8,9	8,9	8. Klasse bzw. Volks- / Hauptschulabschluß
2	76	21,1	21,1	30,0	10. Klasse bzw. Mittlere Reife, Realschulabschluß (Fachschulreife)
3	10	2,8	2,8	32,8	Fachhochschulreife (Abschluß einer Fachoberschule, etc.)
4	69	19,2	19,2	51,9	EOS bzw. Abitur (Hochschulreife)
5	60	16,7	16,7	68,6	Fachschulabschluß
6	113	31,4	31,4	100,0	Hochschulabschluß
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	4,078	Median	4,000	Mode	6,000
Std dev	1,760	Kurtosis	-1,287	S E Kurt	,256
Skewness	-,400	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	6,000				

1.5 Wie ist Ihre gegenwärtige berufliche Situation?**V15** berufl. Situation, gegenwärtig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	150	41,7	41,7	41,7	abhängig erwerbstätig in Vollzeit
2	22	6,1	6,1	47,8	abhängig erwerbstätig in Teilzeit
3	30	8,3	8,3	56,1	beruflich Selbständig
4	31	8,6	8,6	64,7	arbeitslos / arbeitssuchend
5	3	,8	,8	65,6	Hausfrau / Hausmann
6	4	1,1	1,1	66,7	in beruflicher Ausbildung / Umschulung
7	52	14,4	14,4	81,1	Studentin / Student
8	5	1,4	1,4	82,5	in Mutterschafts- / Erziehungsurlaub
9	58	16,1	16,1	98,6	Rentnerin / Rentner
11	5	1,4	1,4	100,0	sonstiges: _____ (z.B. ABM) [Siehe Variable V15A]
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,967	Median	3,000	Mode	1,000
Std dev	3,223	Kurtosis	-1,261	S E Kurt	,256
Skewness	,572	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	11,000				

V15A sonstiges
STRING

[SEITE 2]

1.6 Bitte geben Sie an, welchen Beruf Sie zur Zeit ausüben bzw. zuletzt ausgeübt haben:**V16** letzter Beruf

STRING

1.7 Welche Partei würden Sie am ehesten wählen, wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre?

V17 Partei

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	109	30,3	33,4	33,4	SPD	
2	79	21,9	24,2	57,7	CDU	
3	33	9,2	10,1	67,8	Bündnis 90 / Die Grünen	
4	11	3,1	3,4	71,2	FDP	
5	62	17,2	19,0	90,2	PDS	
6	2	,6	,6	90,8	NPD	
7	30	8,3	9,2	100,0	eine andere Partei, und zwar [Siehe Variable V17A]	
9	34	9,4	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,890		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,975		Kurtosis	-,673	S E Kurt	,269
Skewness	,784		S E Skew	,135	Minimum	1,000
Maximum	7,000					

V17A andere Partei
STRING

2 Ihre Wohnungssituation

Zunächst möchten wir Ihnen einige Fragen zu Ihrer derzeitigen Wohnsituation stellen.

2.1 Ist Ihre Wohnung ...

V21 Wohnungsart

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	137	38,1	38,4	38,4	saniert in den letzten 5 Jahren (Altbau).	
2	64	17,8	17,9	56,3	teilsaniert in den letzten 5 Jahren.	
3	30	8,3	8,4	64,7	unsaniert (Altbau).	
4	9	2,5	2,5	67,2	Altneubau.	
5	76	21,1	21,3	88,5	Plattenbau.	
6	41	11,4	11,5	100,0	Neubau (gebaut nach 1992)	
,	1	,3	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,849		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,900		Kurtosis	-1,422	S E Kurt	,257
Skewness	,473		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	6,000					

2.2 Wie viele Quadratmeter hat Ihre Wohnung? _____ m²

V22 Wohnungsgröße

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
	12	1	,3	,3	,3	
	13	1	,3	,3	,6	
...						
	200	2	,6	,6	99,7	
	300	1	,3	,3	100,0	
,		1	,3	Missing		
	999	2	,6	Missing		

Total		360	100,0	100,0		
Mean	73,751		Median	69,000	Mode	70,000
Std dev	30,510		Kurtosis	10,199	S E Kurt	,257
Skewness	2,107		S E Skew	,129	Minimum	12,000
Maximum	300,000					

2.3 Können Sie auch angeben, wie hoch das gegenwärtige monatliche Nettoeinkommen ist, das Ihrem Haushalt zur Verfügung steht?

V23 monatl. HH-Einkommen, netto

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	29	8,1	8,5	8,5	bis 1000 DM
2	111	30,8	32,4	40,8	1000 bis 2500 DM
3	108	30,0	31,5	72,3	2500 bis 4000 DM
4	73	20,3	21,3	93,6	4000 bis 6500 DM
5	21	5,8	6,1	99,7	6500 bis 10000 DM
6	1	,3	,3	100,0	über 10000 DM
,	1	,3	Missing		
9	16	4,4	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,851	Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	1,062	Kurtosis	-,515	S E Kurt	,263
Skewness	,241	S E Skew	,132	Minimum	1,000
Maximum	6,000				

[SEITE 3]

2.4 Wie viele Personen gehören zum Haushalt? ____ (Anzahl)

V24 Anzahl d. Personen im HH

Value	Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
1		1	74	20,6	20,7	20,7
2		2	150	41,7	42,0	62,7
3		3	82	22,8	23,0	85,7
4		4	42	11,7	11,8	97,5
5		5	6	1,7	1,7	99,2
6		6	2	,6	,6	99,7
8		8	1	,3	,3	100,0
,		,	1	,3	Missing	
9		9	2	,6	Missing	
<hr/>						
Total		Total	360	100,0	100,0	
Mean	2,347	Median	2,000	Mode	2,000	
Std dev	1,064	Kurtosis	1,988	S E Kurt	,257	
Skewness	,974	S E Skew	,129	Minimum	1,000	
Maximum	8,000					

2.5 Bitte tragen Sie Vornamen oder Initialen aller erwachsenen Personen - von Ihnen selbst abgesehen -, die in Ihrem Haushalt wohnen, in das Namensschema am Ende des Fragebogens ein. [Siehe Teil B.4 - Variablen F2.5_N bis F6.1_N]

2.6 Wohnen Sie in einer Miet- oder Eigentumswohnung?

V26 Miet/Eigentum

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	38	10,6	10,6	10,6	Eigentumswohnung [➡ Bitte weiter mit Abschnitt 3, S.7]
2	319	88,6	89,4	100,0	Mietwohnung
,	1	,3	Missing		
9	2	,6	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,894	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,309	Kurtosis	4,595	S E Kurt	,257
Skewness	-2,563	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

2.7 Wie hoch ist Ihre derzeitige Mietbelastung?

V27 Kalt- / Gesamtmiete

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	36	10,0	11,3	11,3	Kaltemiete
2	282	78,3	88,7	100,0	Gesamtmiete (Kaltemiete + Nebenkosten)
,	40	11,1	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,887		Median	2,000	Mode
Std dev	,317		Kurtosis	4,043	S E Kurt
Skewness	-2,453		S E Skew	,137	Minimum
Maximum	2,000				1,000

V27A Kaltemiete

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	188,17	1	,3	1,2	1,2
	240,00	1	,3	1,2	2,3
	250,00	1	,3	1,2	3,5
	...				
	1100,00	1	,3	1,2	97,7
	1200,00	1	,3	1,2	98,8
	2500,00	1	,3	1,2	100,0
	,	272	75,6	Missing	
	9999,00	2	,6	Missing	

Total		360	100,0	100,0	
Mean	616,797		Median	558,095	Mode
Std dev	296,535		Kurtosis	18,217	S E Kurt
Skewness	3,177		S E Skew	,260	Minimum
Maximum	2500,000				188,170

V27B Gesamtmiete

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	150,00	1	,3	,3	,3
	200,00	1	,3	,3	,7
	215,00	2	,6	,7	1,3
	...				
	1800,00	2	,6	,7	99,3
	1900,00	1	,3	,3	99,7
	1950,00	1	,3	,3	100,0
	,	61	16,9	Missing	
	9999,00	2	,6	Missing	

Total		360	100,0	100,0	
Mean	811,507		Median	750,000	Mode
Std dev	333,860		Kurtosis	,783	S E Kurt
Skewness	,815		S E Skew	,141	Minimum
Maximum	1950,000				150,000

2.8 Wer zahlt die Miete?

V28 Wer zahlt Miete?

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
ich allein zahle	1	140	38,9	43,8	43,8
(auch) andere Person	2	180	50,0	56,3	100,0
					Ich allein (⇒ Bitte weiter mit Frage 2.9) (auch) eine andere Person ⇒ Bitte tragen Sie die Vornamen oder Initialen dieser Person sowie die Fragennummer in das Namensschema am Ende des Fragebogens ein. [Siehe Teil B.4 - Variablen F2.5_N bis F6.1_N]
missing	.	37	10,3	Missing	
	9	3	,8	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,563	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,497	Kurtosis	-1,948	S E Kurt	,272
Skewness	-,253	S E Skew	,136	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

Als nächstes möchten wir gerne etwas mehr über Ihre Umzugserfahrungen wissen.

2.9 Wie oft sind Sie nach 1990 umgezogen?
_____ mal (wenn kein Umzug ⇒ Bitte weiter mit Frage 2.24)

V29 Wie oft umgezogen?, nach 1990

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	124	34,4	39,0	39,0
	1	78	21,7	24,5	63,5
	2	46	12,8	14,5	78,0
	3	28	7,8	8,8	86,8
	...				
	8	3	,8	,9	99,7
	11	1	,3	,3	100,0
	.	36	10,0	Missing	
	9	6	1,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,491	Median	1,000	Mode	,000
Std dev	1,821	Kurtosis	3,304	S E Kurt	,273
Skewness	1,661	S E Skew	,137	Minimum	,000
Maximum	11,000				

2.10 Wie lange wohnen Sie bereits in dieser Wohnung?

V210 Wie lang diese Wohnung?

Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
72	20,0	36,4	36,4
113	31,4	57,1	93,4
13	3,6	6,6	100,0
160	44,4	Missing	
2	,6	Missing	
360	100,0	100,0	
			seit weniger als einem Jahr
			bis zu 5 Jahren
			länger als 5 Jahre
Mean	1,702	Median	2,000
Std dev	,585	Kurtosis	-,576
Skewness	,167	S E Skew	,173
Maximum	3,000	Minimum	1,000

2.11 Haben Sie vor dem Umzug in Ihre jetzige Wohnung auch in Leipzig gewohnt?

V211 vorher in Leipzig gewohnt?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	21	5,8	10,6	10,6	nein, ich habe vorher in folgendem Ort gewohnt
1	178	49,4	89,4	100,0	ja [➡ Bitte weiter mit Frage 2.12]
,	160	44,4	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,894	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,308	Kurtosis	4,742	S E Kurt	,343
Skewness	-2,587	S E Skew	,172	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V211A PLZ vorheriger Ort

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	9	2	,6	9,5	9,5
	99	1	,3	4,8	14,3
	2943	1	,3	4,8	19,0
	...				
	70180	1	,3	4,8	90,5
	72070	1	,3	4,8	95,2
	73337	1	,3	4,8	100,0
	,	339	94,2	Missing	

Total		360	100,0	100,0	
Mean	15380,619	Median	6526,000	Mode	9,000
Std dev	23982,271	Kurtosis	2,805	S E Kurt	,972
Skewness	2,077	S E Skew	,501	Minimum	9,000
Maximum	73337,000				

V211B vorheriger Ort
STRING

[SEITE 4]

2.12 Was war der Hauptgrund für Ihren Umzug?

V212A berufl. Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	184	51,1	92,5	92,5
ja	1	15	4,2	7,5	100,0
,		160	44,4	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	

Total		360	100,0	100,0	
Mean	,075	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,265	Kurtosis	8,593	S E Kurt	,343
Skewness	3,241	S E Skew	,172	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V212B Sanierung/Mieterhöhung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	165	45,8	82,9	82,9
ja	1	34	9,4	17,1	100,0
,		160	44,4	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,171	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,377	Kurtosis	1,117	S E Kurt	,343
Skewness	1,762	S E Skew	,172	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V212C private Gründe (Trennung, Familienzuwachs)

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	153	42,5	76,9	76,9
ja	1	46	12,8	23,1	100,0
,		160	44,4	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,231	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,423	Kurtosis	-,352	S E Kurt	,343
Skewness	1,285	S E Skew	,172	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V212D Verbesserung der Wohnsituation

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	91	25,3	45,7	45,7
ja	1	108	30,0	54,3	100,0
,		160	44,4	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,543	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,499	Kurtosis	-1,990	S E Kurt	,343
Skewness	-,173	S E Skew	,172	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V212E sonstige Gründe

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	183	50,8	92,0	92,0
ja	1	16	4,4	8,0	100,0
,		160	44,4	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,080	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,273	Kurtosis	7,748	S E Kurt	,343
Skewness	3,110	S E Skew	,172	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V212E_1 Sonstiges: welche Gründe
STRING

2.13 Wie dringend benötigten Sie die Wohnung?

V213 Wie dringend Wohnung benötigt?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	60	16,7	30,2	30,2	sehr dringend	
2	54	15,0	27,1	57,3	dringend	
3	49	13,6	24,6	81,9	teils, teils	
4	19	5,3	9,5	91,5	weniger dringend	
5	17	4,7	8,5	100,0	gar nicht dringend	
,	160	44,4	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,392		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,246		Kurtosis	-,570	S E Kurt	,343
Skewness	,597		S E Skew	,172	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

2.14 Haben Sie sich persönlich an der Wohnungssuche beteiligt?

V214 persönl. Wohnungssuche

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	28	7,8	14,1	14,1	nein [➔Siche Variable V2.14A]	
1	171	47,5	85,9	100,0	ja [➔ Bitte weiter mit Frage 2.15]	
,	160	44,4	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	,859		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,349		Kurtosis	2,360	S E Kurt	,343
Skewness	-2,082		S E Skew	,172	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V214A von anderen gesucht

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	5	1,4	17,9	17,9	a. Wohnung wurde von der Firma gestellt	
2	8	2,2	28,6	46,4	b. Zuzug zu Partner / Freunden	
3	4	1,1	14,3	60,7	c. Wohnung wurde vom Partner gesucht	
4	11	3,1	39,3	100,0	d. sonstiges: [Siche Variable V214B]	
,	331	91,9	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,750		Median	3,000	Mode	4,000
Std dev	1,175		Kurtosis	-1,510	S E Kurt	,858
Skewness	-,212		S E Skew	,441	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

➔ Falls Sie mit a. oder b. geantwortet haben oder nichts über die Wohnungssuche wissen gehen Sie bitte zu Abschnitt 3 (S.7)

V214B Sonstiges:
STRING

2.15 Wie lange dauerte es, bis Sie Ihre jetzige Wohnung bekamen? (Vom Umzugsentschluß bis zur Vertragsunterzeichnung)

V215 Dauer

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	13	3,6	7,0	7,0	weniger als 3 Tage
2	12	3,3	6,4	13,4	1 Woche
3	23	6,4	12,3	25,7	2 Wochen
4	59	16,4	31,6	57,2	1 Monat
5	28	7,8	15,0	72,2	länger als 2 Monate
6	21	5,8	11,2	83,4	¼ Jahr
7	18	5,0	9,6	93,0	½ Jahr
8	3	,8	1,6	94,7	1 Jahr
9	10	2,8	5,3	100,0	länger als 1 Jahr
,	172	47,8	Missing		
0	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	4,535	Median	4,000	Mode	4,000
Std dev	1,949	Kurtosis	-,036	S E Kurt	,354
Skewness	,361	S E Skew	,178	Minimum	1,000
Maximum	9,000				

[SEITE 5]

2.16 Nachdem Sie mit der Wohnungssuche begonnen hatten, wie viele Wohnungen haben Sie besichtigt?
Anzahl: _____

V216 Wieviele Wohnungen besichtigt?

Value	Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
		0	16	4,4	8,6	8,6
		1	37	10,3	19,9	28,5
		2	24	6,7	12,9	41,4
		...				
		25	2	,6	1,1	97,8
		30	3	,8	1,6	99,5
		98	1	,3	,5	100,0
		,	172	47,8	Missing	
		99	2	,6	Missing	

		Total	360	100,0	100,0	
Mean	5,495	Median	3,000	Mode	1,000	
Std dev	9,015	Kurtosis	60,275	S E Kurt	,355	
Skewness	6,458	S E Skew	,178	Minimum	,000	
Maximum	98,000					

2.17 Wer war bei den Wohnungsbesichtigungen dabei?
Bitte tragen Sie bitte auch diesen Namen oder die Initialen dieser Person in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein.
[Siehe Teil B.4 - Variablen F2.5_N bis F6.1_N]

2.18 Welche Informationsquellen haben Sie bei Ihrer Wohnungssuche genutzt?

V218A IQ-Makler

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	138	38,3	75,8	75,8
ja	1	44	12,2	24,2	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	6	1,7	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,242	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,429	Kurtosis	-,526	S E Kurt	,358
Skewness	1,216	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V218B IO-LWB

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	148	41,1	81,3	81,3
ja	1	34	9,4	18,7	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	6	1,7	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,187	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,391	Kurtosis	,633	S E Kurt	,358
Skewness	1,620	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V218C IQ-Wohnungsgenossenschaft

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	152	42,2	83,5	83,5
ja	1	30	8,3	16,5	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	6	1,7	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,165	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,372	Kurtosis	1,333	S E Kurt	,358
Skewness	1,822	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V218D IQ-Netzwerk (Familienangehörige, Freunde, Bekannte, Kollegen)

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	121	33,6	66,5	66,5
ja	1	61	16,9	33,5	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	6	1,7	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,335	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,473	Kurtosis	-1,521	S E Kurt	,358
Skewness	,704	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V218E IQ-Aushänge/Anzeigen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	70	19,4	38,5	38,5
ja	1	112	31,1	61,5	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	6	1,7	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,615	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,488	Kurtosis	-1,791	S E Kurt	,358
Skewness	-,478	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V218F IQ-Internet

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	178	49,4	97,8	97,8
ja	1	4	1,1	2,2	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	6	1,7	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,022	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,147	Kurtosis	41,692	S E Kurt	,358
Skewness	6,575	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

2.19 Wie erfuhren Sie von Ihrer gegenwärtigen Wohnung?

V219A Erf. v. Makler

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	161	44,7	88,0	88,0
ja	1	22	6,1	12,0	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	5	1,4	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,120	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,326	Kurtosis	3,585	S E Kurt	,357
Skewness	2,355	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V219B Erf. v. LWB

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	164	45,6	89,6	89,6
ja	1	19	5,3	10,4	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	5	1,4	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,104	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,306	Kurtosis	4,913	S E Kurt	,357
Skewness	2,619	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V219C Erf. v. Wohnungsgenossenschaft

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	166	46,1	90,7	90,7
ja	1	17	4,7	9,3	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	5	1,4	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,093	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,291	Kurtosis	6,064	S E Kurt	,357
Skewness	2,828	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V219D Erf. v. Netzwerk (Familienangehörige, Freunde, Bekannte, Kollegen)

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	136	37,8	74,3	74,3
ja	1	47	13,1	25,7	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	5	1,4	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,257	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,438	Kurtosis	-,748	S E Kurt	,357
Skewness	1,122	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V219E Erf. v. Aushängen/Anzeigen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	101	28,1	55,2	55,2
ja	1	82	22,8	44,8	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	5	1,4	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,448	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,499	Kurtosis	-1,977	S E Kurt	,357
Skewness	,211	S E Skew	,180	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V219F Erf. v. Internet

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	183	50,8	100,0	100,0
,		172	47,8	Missing	
missing	9	5	1,4	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,000	Mode	,000	Std dev	,000
Minimum	,000	Maximum	,000		

Die nächste Frage nur beantworten, wenn in Frage 2.19 a., b. oder c. angekreuzt wurde:

2.20 In welcher Beziehung standen Sie zu Ihrem Vermieter / Makler / Eigentümer?

V220 Bez. zu Makler

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	36	10,0	61,0	61,0	Kannte ihn überhaupt nicht
2	20	5,6	33,9	94,9	Kannte ihn von einer früheren Wohnungsmietung / -vermittlung
3	3	,8	5,1	100,0	Ist ein entfernter Bekannte von mir
,	294	81,7	Missing		
9	7	1,9	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,441	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,595	Kurtosis	,047	S E Kurt	,613
Skewness	,998	S E Skew	,311	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

[SEITE 6]

2.21 In welcher Form wurden Sie von Ihren Freunden, Bekannten und der Familie bei Ihrer Wohnungssuche unterstützt?

V221A Empfehlung eines Maklers/Eigentümers/Vermieters

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	114	31,7	87,7	87,7
ja	1	16	4,4	12,3	100,0
,		171	47,5	Missing	
missing	9	59	16,4	Missing	
<hr/>					
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,123	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,330	Kurtosis	3,442	S E Kurt	,422
Skewness	2,322	S E Skew	,212	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V221B auf freie Wohnungen aufmerksam gemacht

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	65	18,1	50,0	50,0
ja	1	65	18,1	50,0	100,0
,		171	47,5	Missing	
missing	9	59	16,4	Missing	
<hr/>					
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,500	Median	,500	Mode	,000
Std dev	,502	Kurtosis	-2,031	S E Kurt	,422
Skewness	,000	S E Skew	,212	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V221C sonstige Hilfe

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	77	21,4	59,2	59,2
ja	1	53	14,7	40,8	100,0 [Siehe Variable V221C_1]
,		171	47,5	Missing	
missing	9	59	16,4	Missing	
<hr/>					
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,408	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,493	Kurtosis	-1,885	S E Kurt	,422
Skewness	,380	S E Skew	,212	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V221C_1 Welche sonstige Hilfe:
STRING

2.22 Wie hilfreich waren Ihre Freunde, Bekannten und Familie insgesamt?

V222 NWhilfe- Wie hilfreich?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	38	10,6	23,2	23,2	sehr hilfreich
2	46	12,8	28,0	51,2	hilfreich
3	20	5,6	12,2	63,4	teils, teils
4	26	7,2	15,9	79,3	weniger hilfreich
5	34	9,4	20,7	100,0	gar nicht hilfreich
,	172	47,8	Missing		
9	24	6,7	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,829	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,476	Kurtosis	-1,379	S E Kurt	,377
Skewness	,252	S E Skew	,190	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

2.23 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer jetzigen Wohnung?

V223 Zufriedenheit jetzti ge Wohnung

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	55	15,3	29,9	29,9	sehr zufrieden
2	85	23,6	46,2	76,1	zufrieden
3	30	8,3	16,3	92,4	teils, teils
4	9	2,5	4,9	97,3	eher unzufrieden
5	5	1,4	2,7	100,0	sehr unzufrieden
,	172	47,8	Missing		
9	4	1,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,043	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,951	Kurtosis	1,114	S E Kurt	,356
Skewness	1,029	S E Skew	,179	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

➡ Gehen Sie jetzt bitte zu Abschnitt 3, S. 7

2.24 Was waren die wichtigsten Gründe für Sie, um nicht umzuziehen?

V224A nicht ungez. - finanz. Gründe

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	82	22,8	66,7	66,7
ja	1	41	11,4	33,3	100,0
,		235	65,3	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	

	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,333	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,473	Kurtosis	-1,512	S E Kurt	,433
Skewness	,716	S E Skew	,218	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V224B nicht ungez. - famil. Gründe

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	101	28,1	82,1	82,1
ja	1	22	6,1	17,9	100,0
,		235	65,3	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,179	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,385	Kurtosis	,893	S E Kurt	,433
Skewness	1,697	S E Skew	,218	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V224C nicht ungez. - Wohnlage

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	42	11,7	34,1	34,1
ja	1	81	22,5	65,9	100,0
,		235	65,3	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,659	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,476	Kurtosis	-1,568	S E Kurt	,433
Skewness	-,677	S E Skew	,218	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V224D nicht ungez. - sonstiges

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	100	27,8	81,3	81,3
ja	1	23	6,4	18,7	100,0 [Siehe Variable V224D_1]
,		235	65,3	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,187	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,391	Kurtosis	,652	S E Kurt	,433
Skewness	1,625	S E Skew	,218	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V224D_1 nicht ungez. - welche sonstigen Gründe
STRING

[ACHTUNG: bei den folgenden Fragen bis zu Teil 3 stimmen Fragennummern und Variablenamen nicht überein!]

2.25 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer jetzigen Wohnung?

V229 Zufriedenheit jetzige Wohnung, kein Unzug

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	15	4,2	15,5	15,5	sehr zufrieden	
2	44	12,2	45,4	60,8	zufrieden	
3	31	8,6	32,0	92,8	teils, teils	
4	5	1,4	5,2	97,9	eher unzufrieden	
5	2	,6	2,1	100,0	sehr unzufrieden	
,	232	64,4	Missing			
9	31	8,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,330		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,875		Kurtosis	,584	S E Kurt	,485
Skewness	,538		S E Skew	,245	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

2.26 Haben Sie - zumindest zeitweilig - nach einer anderen Wohnung gesucht?

V225 Andere Wohnung gesucht?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	88	24,4	71,5	71,5	nein [➔ Bitte weiter mit Abschnitt 3, S. 7]	
1	35	9,7	28,5	100,0	ja	
,	235	65,3	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	,285		Median	,000	Mode	,000
Std dev	,453		Kurtosis	-1,083	S E Kurt	,433
Skewness	,967		S E Skew	,218	Minimum	,000
Maximum	1,000					

[SEITE 7]

2.27 Nachdem Sie mit der Wohnungssuche begonnen hatten, Wie viele Wohnungen haben Sie besichtigt?
Anzahl: _____ ➔ falls mindestens eine Wohnung besichtigt wurde:

V226 Wieviele Wohnungen besichtigt?

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
	0	7	1,9	20,0	20,0	
	1	2	,6	5,7	25,7	
	2	8	2,2	22,9	48,6	
	...					
	20	2	,6	5,7	94,3	
	35	1	,3	2,9	97,1	
	50	1	,3	2,9	100,0	
,		323	89,7	Missing		
99		2	,6	Missing		

	Total	360	100,0	100,0		
Mean	6,514		Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	10,598		Kurtosis	8,768	S E Kurt	,778
Skewness	2,843		S E Skew	,398	Minimum	,000
Maximum	50,000					

2.28 Welche Informationsquellen haben Sie bei Ihrer Wohnungssuche genutzt?

V227A IQ-Makler, kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	27	7,5	81,8	81,8
ja	1	6	1,7	18,2	100,0
,		324	90,0	Missing	
missing	9	3	,8	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,182	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,392	Kurtosis	1,051	S E Kurt	,798
Skewness	1,730	S E Skew	,409	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V227B IQ-LWB, kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	27	7,5	81,8	81,8
ja	1	6	1,7	18,2	100,0
,		324	90,0	Missing	
missing	9	3	,8	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,182	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,392	Kurtosis	1,051	S E Kurt	,798
Skewness	1,730	S E Skew	,409	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V227C IQ-Wohnungsgenossenschaft, kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	30	8,3	90,9	90,9
ja	1	3	,8	9,1	100,0
,		324	90,0	Missing	
missing	9	3	,8	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,091	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,292	Kurtosis	7,343	S E Kurt	,798
Skewness	2,983	S E Skew	,409	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V227D IQ-Netzwerk, kein Umzug (Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen)

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	20	5,6	60,6	60,6
ja	1	13	3,6	39,4	100,0
,		324	90,0	Missing	
missing	9	3	,8	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,394	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,496	Kurtosis	-1,913	S E Kurt	,798
Skewness	,455	S E Skew	,409	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V227E IQ-Aushänge/Anzeigen, kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	6	1,7	18,2	18,2
ja	1	27	7,5	81,8	100,0
missing	,	324	90,0	Missing	
	9	3	,8	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,818	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,392	Kurtosis	1,051	S E Kurt	,798
Skewness	-1,730	S E Skew	,409	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V227F IQ-Internet, kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	33	9,2	100,0	100,0
missing	,	324	90,0	Missing	
	9	3	,8	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,000	Mode	,000	Std dev	,000
Minimum	,000	Maximum	,000		

2.29 In welcher Form wurden Sie von Ihren Freunden, Bekannten und der Familie bei Ihrer Wohnungssuche unterstützt?

V228A Empfehlung eines Maklers/Vermieters/Eigentümers, kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	27	7,5	90,0	90,0
ja	1	3	,8	10,0	100,0
missing	,	324	90,0	Missing	
	9	6	1,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,100	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,305	Kurtosis	6,308	S E Kurt	,833
Skewness	2,809	S E Skew	,427	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V228B auf Wohnungen aufmerksam gem., kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	15	4,2	50,0	50,0
ja	1	15	4,2	50,0	100,0
missing	,	324	90,0	Missing	
	9	6	1,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,500	Median	,500	Mode	,000
Std dev	,509	Kurtosis	-2,148	S E Kurt	,833
Skewness	,000	S E Skew	,427	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V228C sonstige Hilfe, kein Umzug

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	22	6,1	73,3	73,3
ja	1	8	2,2	26,7	100,0 [Siehe Variable V228C_1]
missing	9	324	90,0	Missing	
		6	1,7	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,267	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,450	Kurtosis	-,824	S E Kurt	,833
Skewness	1,112	S E Skew	,427	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V228C_1 Welche sonstige Hilfe, kein Umzug
STRING

3 Im folgenden finden Sie einige Fragen zu den von Ihnen abgeschlossenen Versicherungen

3.1 Welche Arten von Versicherungen besitzen Sie?

V31A Lebensversicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	161	44,7	45,7	45,7
ja	1	191	53,1	54,3	100,0
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,543	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,499	Kurtosis	-1,982	S E Kurt	,259
Skewness	-,172	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31B priv. Rentenversicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	291	80,8	82,7	82,7
ja	1	61	16,9	17,3	100,0
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,173	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,379	Kurtosis	1,011	S E Kurt	,259
Skewness	1,734	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31C zusätzl./priv. Krankenversicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	281	78,1	79,8	79,8
ja	1	71	19,7	20,2	100,0
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,202	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,402	Kurtosis	,231	S E Kurt	,259
Skewness	1,493	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31D Unfallversicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	123	34,2	34,9	34,9
ja	1	229	63,6	65,1	100,0
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,651	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,477	Kurtosis	-1,607	S E Kurt	,259
Skewness	-,634	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31E KFZ-Versicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	99	27,5	28,1	28,1
ja	1	253	70,3	71,9	100,0
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,719	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,450	Kurtosis	-1,051	S E Kurt	,259
Skewness	-,977	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31E1 Art d. KFZ-Versicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Haftpflicht	1	63	17,5	25,0	25,0
Kasko	2	189	52,5	75,0	100,0
missing	9	107	29,7	Missing	
		1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	1,750	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,434	Kurtosis	-,656	S E Kurt	,306
Skewness	-1,162	S E Skew	,153	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

V31F Rechtsschutzversicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	208	57,8	59,1	59,1
ja	1	144	40,0	40,9	100,0
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,409	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,492	Kurtosis	-1,873	S E Kurt	,259
Skewness	,371	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31G Hausratversicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	53	14,7	15,1	15,1
ja	1	299	83,1	84,9	100,0
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,849	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,358	Kurtosis	1,862	S E Kurt	,259
Skewness	-1,963	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31H sonstige Versicherungen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	244	67,8	69,3	69,3
ja	1	108	30,0	30,7	100,0 [Siehe Variable V31H1]
missing	9	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,307	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,462	Kurtosis	-1,300	S E Kurt	,259
Skewness	,841	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V31H1 welche sonst. Versicherungen
STRING

[SEITE 8]

3.2 Bei wie vielen Versicherungsgesellschaften sind Sie versichert?

V32 Anzahl Vers. gesellschaften

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	1	,3	,3	,3
	1	83	23,1	23,6	23,9
	2	125	34,7	35,5	59,4
	...				
	6	6	1,7	1,7	98,9
	7	2	,6	,6	99,4
	8	2	,6	,6	100,0
	99	8	2,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	2,452	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,293	Kurtosis	2,040	S E Kurt	,259
Skewness	1,180	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	8,000				

Der folgenden Abschnitt soll Auskunft darüber geben, auf welche Weise Sie in einem konkreten Fall zu der Entscheidung für einen Versicherungsabschluß gelangt sind. Daher beziehen sich die folgenden Fragen auf die **zuletzt abgeschlossene Versicherung**.

3.3 Welche Versicherung haben Sie als letztes abgeschlossen?

V33 zuletzt abgeschl. Versicherung
STRING

3.4 Wann haben Sie diese Versicherung abgeschlossen? _____(Monat) _____(Jahr)

V34A Monat -zuletzt abg.Versicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Januar	1	37	10,3	12,9	12,9
Februar	2	24	6,7	8,4	21,3
März	3	25	6,9	8,7	30,0
...					
Oktober	10	29	8,1	10,1	83,6
November	11	19	5,3	6,6	90,2
Dezember	12	28	7,8	9,8	100,0
missing	99	73	20,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	6,470	Median	7,000	Mode	9,000
Std dev	3,708	Kurtosis	-1,379	S E Kurt	,287
Skewness	-,077	S E Skew	,144	Minimum	1,000
Maximum	12,000				

V34B Jahr -zuletzt abg.Versicherung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	55	1	,3	,3	,3
	63	1	,3	,3	,6
	64	1	,3	,3	,9
...					
	97	59	16,4	17,5	54,0
	98	108	30,0	32,0	86,1
	99	47	13,1	13,9	100,0
missing	0	23	6,4	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	95,671	Median	97,000	Mode	98,000
Std dev	5,178	Kurtosis	25,397	S E Kurt	,265
Skewness	-4,473	S E Skew	,133	Minimum	55,000
Maximum	99,000				

3.5 Welcher Zeitraum lag zwischen dem Entschluß, diese Versicherung abzuschließen, und dem tatsächlichen Vertragsabschluß?

V35 Zeit (Entschluß-Abschluss)

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	115	31,9	33,7	33,7 sofort	
2	60	16,7	17,6	51,3 bis 1 Woche	
3	91	25,3	26,7	78,0 1 bis 4 Wochen	
4	47	13,1	13,8	91,8 4 Wochen bis drei Monate	
5	28	7,8	8,2	100,0 mehr als drei Monate	
9	19	5,3	Missing		
Total		360	100,0	100,0	
Mean	2,452	Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,302	Kurtosis	-,973	S E Kurt	,263
Skewness	,396	S E Skew	,132	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

3.6 Welche der unten genannten Informationsquellen haben Sie außerdem genutzt? (Mehrfachnennung möglich)

V36A Vers: IQ-Freunde

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	278	77,2	82,2	82,2
ja	1	60	16,7	17,8	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,178	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,383	Kurtosis	,880	S E Kurt	,265
Skewness	1,695	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36B Vers: IQ-Kollegen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	299	83,1	88,5	88,5
ja	1	39	10,8	11,5	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,115	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,320	Kurtosis	3,872	S E Kurt	,265
Skewness	2,418	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36C Vers: IQ-Familie/Verwandte

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	238	66,1	70,4	70,4
ja	1	100	27,8	29,6	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,296	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,457	Kurtosis	-1,200	S E Kurt	,265
Skewness	,899	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36D Vers: IQ-Bekannte

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	300	83,3	88,8	88,8
ja	1	38	10,6	11,2	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,112	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,316	Kurtosis	4,099	S E Kurt	,265
Skewness	2,465	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36E Vers: IQ-Verbraucherschutz

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	325	90,3	96,2	96,2
ja	1	13	3,6	3,8	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,038	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,193	Kurtosis	21,373	S E Kurt	,265
Skewness	4,821	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36F Vers: IQ-Medien

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	278	77,2	82,2	82,2
ja	1	60	16,7	17,8	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,178	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,383	Kurtosis	,880	S E Kurt	,265
Skewness	1,695	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36G Vers: IQ-unabhängige Vers.beratung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	292	81,1	86,4	86,4
ja	1	46	12,8	13,6	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,136	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,343	Kurtosis	2,561	S E Kurt	,265
Skewness	2,132	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36H Vers: IQ-bei Vers.ges. selbst

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	172	47,8	50,9	50,9
ja	1	166	46,1	49,1	100,0
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,491	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,501	Kurtosis	-2,011	S E Kurt	,265
Skewness	,036	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36I Vers: IQ-sonstige

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	302	83,9	89,3	89,3
ja	1	36	10,0	10,7	100,0 [Siehe Variable V36I1]
missing	9	22	6,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,107	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,309	Kurtosis	4,593	S E Kurt	,265
Skewness	2,562	S E Skew	,133	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V36I1 Vers: welche sonstige IQ STRING

3.7 Bei wem haben Sie als erstes Rat gesucht, bevor Sie diese letzte Versicherung abgeschlossen haben?
 Nummer (aus Frage 3.6): _____

V37 erster Rat

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Freunde	1	30	8,3	9,4	9,4
Kollegen	2	24	6,7	7,5	16,9
Familie/Verwandte	3	76	21,1	23,8	40,6
Bekannte	4	15	4,2	4,7	45,3
Verbraucherschutz	5	4	1,1	1,3	46,6
Medien	6	24	6,7	7,5	54,1
unabh. Versicherungs	7	29	8,1	9,1	63,1
bei Vers.gesell. sel	8	89	24,7	27,8	90,9
Andere	9	29	8,1	9,1	100,0
missing	0	40	11,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	5,331	Median	6,000	Mode	8,000
Std dev	2,734	Kurtosis	-1,554	S E Kurt	,272
Skewness	-,163	S E Skew	,136	Minimum	1,000
Maximum	9,000				

3.8 Welche Personen aus Ihrer Familie oder Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis hatten Einfluß auf Ihre Entscheidung bezüglich dieser zuletzt abgeschlossenen Versicherung?
 Bitte tragen Sie Vornamen oder Initialen dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. [Siehe Teil B.4 - Variablen F2.5_N bis F6.1_N]

[SEITE 9]

In den folgenden Fragen würden wir gerne etwas über Ihre Einstellung zu Versicherungen im Allgemeinen erfahren:

3.9 Wie gut wissen Sie Bescheid über die folgenden Versicherungen, die in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis abgeschlossen werden?

V39A Wissen - LV

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	18	5,0	5,2	5,2 sehr gut	
2	60	16,7	17,3	22,5 gut	
3	60	16,7	17,3	39,9 mäßig	
4	64	17,8	18,5	58,4 schlecht	
5	144	40,0	41,6	100,0 überhaupt nicht	
9	14	3,9	Missing		
Total		360	100,0	100,0	
Mean	3,740	Median	4,000	Mode	5,000
Std dev	1,299	Kurtosis	-1,014	S E Kurt	,261
Skewness	-,560	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V39B Wissen - Hausratvers.

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	29	8,1	8,3	8,3	sehr gut
2	91	25,3	26,1	34,5	gut
3	73	20,3	21,0	55,5	mäßig
4	49	13,6	14,1	69,5	schlecht
5	106	29,4	30,5	100,0	überhaupt nicht
9	12	3,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,322	Median	3,000	Mode	5,000
Std dev	1,362	Kurtosis	-1,347	S E Kurt	,261
Skewness	-,068	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V39C Wissen - priv. Rentenvers.

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	17	4,7	4,9	4,9	sehr gut
2	33	9,2	9,6	14,5	gut
3	46	12,8	13,4	27,9	mäßig
4	64	17,8	18,6	46,5	schlecht
5	184	51,1	53,5	100,0	überhaupt nicht
9	16	4,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	4,061	Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	1,224	Kurtosis	,002	S E Kurt	,262
Skewness	-1,087	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V39D Wissen - KFZ Kaskovers.

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	41	11,4	11,8	11,8	sehr gut
2	107	29,7	30,9	42,8	gut
3	66	18,3	19,1	61,8	mäßig
4	31	8,6	9,0	70,8	schlecht
5	101	28,1	29,2	100,0	überhaupt nicht
9	14	3,9	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,127	Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	1,425	Kurtosis	-1,400	S E Kurt	,261
Skewness	,137	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

3.10 Sind Ihnen in Ihrem Freundes-, Familien-, oder Bekanntenkreis Schäden bekannt, die durch eine vorherige Versicherung finanziell hätten abgefangen werden können?

V310 vermeidbare Schäden bekannt?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	286	79,4	82,7	82,7	
1	60	16,7	17,3	100,0	
9	14	3,9	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,173	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,379	Kurtosis	1,008	S E Kurt	,261
Skewness	1,733	S E Skew	,131	Minimum	,000
Maximum	1,000				

3.11 Welcher Art waren diese Schäden? _____

V311 Art d. Schadens
STRING

3.12 Könnte ein derartiger Schaden Ihnen prinzipiell auch passieren?

V312 Schaden selbst erleiden?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	10	2,8	16,4	16,4	
1	51	14,2	83,6	100,0	
,	286	79,4	Missing		
9	13	3,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,836	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,373	Kurtosis	1,514	S E Kurt	,604
Skewness	-1,862	S E Skew	,306	Minimum	,000
Maximum	1,000				

3.13 Nachdem Ihnen dieser Schadensfall bekannt wurde, haben Sie darüber nachgedacht, eine entsprechende Versicherung abzuschließen?

V313 Nach Schaden Gedanken an Vers. abschluß?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	24	6,7	48,0	48,0	
1	13	3,6	26,0	74,0	
2	13	3,6	26,0	100,0	
,	294	81,7	Missing		
9	16	4,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,780	Median	1,000	Mode	,000
Std dev	,840	Kurtosis	-1,446	S E Kurt	,662
Skewness	,443	S E Skew	,337	Minimum	,000
Maximum	2,000				

V313A Welche Vers. nach Schaden?
STRING

3.14 Stellen Sie sich vor, Sie erben unverhofft 10.000,- DM unter der Bedingung dieses Geld für 12 Monate anzulegen. Ihr Bankberater bietet Ihnen zwei Alternativen an, bitte kreuzen Sie an, für welche Alternative Sie sich entscheiden würden:

V314 Anlagenrisiko

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	298	82,8	86,6	86,6	Der Betrag wird sicher angelegt und Sie erhalten am Ende der 12 Monate in jedem Fall 12000 DM zurück.
2	46	12,8	13,4	100,0	Im Rahmen einer Risikoanlage haben Sie eine Chance von 50%, daß Sie nach einem Jahr 18000 DM ausgezahlt bekommen. Klappt dies jedoch nicht, bekommen Sie nur 6000 DM zurück.
9	16	4,4	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,134	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,341	Kurtosis	2,689	S E Kurt	,262
Skewness	2,162	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

[SEITE 10]

3.15 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

V315A Vers. genau vergleichen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	158	43,9	45,3	45,3	vollkommen zu
2	112	31,1	32,1	77,4	teilweise zu
3	44	12,2	12,6	90,0	eingeschränkt zu
4	21	5,8	6,0	96,0	eher nicht zu
5	14	3,9	4,0	100,0	überhaupt nicht zu
9	11	3,1	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,914	Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,085	Kurtosis	,858	S E Kurt	,260
Skewness	1,218	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V315B Vertrauen in eigene Vers.

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	82	22,8	23,6	23,6	vollkommen zu
2	127	35,3	36,6	60,2	teilweise zu
3	100	27,8	28,8	89,0	eingeschränkt zu
4	26	7,2	7,5	96,5	eher nicht zu
5	12	3,3	3,5	100,0	überhaupt nicht zu
9	13	3,6	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,305	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,022	Kurtosis	-,039	S E Kurt	,261
Skewness	,568	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V315C Vertreter sind aufdringlich

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	45	12,5	13,0	13,0	vollkommen zu	
2	97	26,9	28,0	41,0	teilweise zu	
3	98	27,2	28,3	69,4	eingeschränkt zu	
4	70	19,4	20,2	89,6	eher nicht zu	
5	36	10,0	10,4	100,0	überhaupt nicht zu	
9	14	3,9	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,870		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,186		Kurtosis	-,847	S E Kurt	,261
Skewness	,159		S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V315D Vers. lohnen immer

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	47	13,1	13,5	13,5	vollkommen zu	
2	97	26,9	27,8	41,3	teilweise zu	
3	131	36,4	37,5	78,8	eingeschränkt zu	
4	49	13,6	14,0	92,8	eher nicht zu	
5	25	6,9	7,2	100,0	überhaupt nicht zu	
9	11	3,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,736		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,085		Kurtosis	-,416	S E Kurt	,260
Skewness	,241		S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V315E viele schwarze Schafe

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	94	26,1	27,5	27,5	vollkommen zu	
2	114	31,7	33,3	60,8	teilweise zu	
3	103	28,6	30,1	90,9	eingeschränkt zu	
4	26	7,2	7,6	98,5	eher nicht zu	
5	5	1,4	1,5	100,0	überhaupt nicht zu	
9	18	5,0	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,222		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,982		Kurtosis	-,447	S E Kurt	,263
Skewness	,401		S E Skew	,132	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V315F Vers. notwendiges Übel

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	47	13,1	13,5	13,5	vollkommen zu	
2	86	23,9	24,6	38,1	teilweise zu	
3	75	20,8	21,5	59,6	eingeschränkt zu	
4	91	25,3	26,1	85,7	eher nicht zu	
5	50	13,9	14,3	100,0	überhaupt nicht zu	
9	11	3,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,032		Median	3,000	Mode	4,000
Std dev	1,274		Kurtosis	-1,106	S E Kurt	,260
Skewness	-,034		S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V315G Vers. vertritt meine Interessen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	115	31,9	33,4	33,4	vollkommen zu	
2	120	33,3	34,9	68,3	teilweise zu	
3	73	20,3	21,2	89,5	eingeschränkt zu	
4	21	5,8	6,1	95,6	eher nicht zu	
5	15	4,2	4,4	100,0	überhaupt nicht zu	
9	16	4,4	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,131		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,081		Kurtosis	,234	S E Kurt	,262
Skewness	,865		S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

4 Im folgenden Teil möchten wir gerne etwas über Ihren Zahnarzt erfahren

Die folgenden Fragen beschäftigen sich mit der Art und Weise, wie Sie Ihren Zahnarzt gefunden haben.

4.1 Wie lange sind Sie in etwa bei Ihrem jetzigen Zahnarzt in Behandlung?

V41 Wie lang bei ZA?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	23	6,4	6,5	6,5	weniger als ein Jahr	
2	117	32,5	33,1	39,7	zwischen 1 und 5 Jahren	
3	114	31,7	32,3	72,0	zwischen 5 und 10 Jahren	
4	74	20,6	21,0	92,9	zwischen 10 und 20 Jahren	
5	25	6,9	7,1	100,0	mehr als 20 Jahre	
,	3	,8	Missing			
9	4	1,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,890		Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	1,037		Kurtosis	-,592	S E Kurt	,259
Skewness	,253		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

4.2 Wie haben Sie Ihren Zahnarzt gefunden?

V42A ZA gefunden - Nähe

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	192	53,3	53,9	53,9
ja	1	164	45,6	46,1	100,0
	,	3	,8	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,461	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,499	Kurtosis	-1,986	S E Kurt	,258
Skewness	,158	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V42B ZA gefunden - Bekannter/Verwandter

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	313	86,9	87,9	87,9
ja	1	43	11,9	12,1	100,0
	,	3	,8	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,121	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,326	Kurtosis	3,482	S E Kurt	,258
Skewness	2,337	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V42C ZA gefunden- empfohlen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	221	61,4	62,1	62,1
ja	1	135	37,5	37,9	100,0
	,	3	,8	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,379	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,486	Kurtosis	-1,760	S E Kurt	,258
Skewness	,500	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V42D ZA gefunden - Branchenbuch

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	348	96,7	97,8	97,8
ja	1	8	2,2	2,2	100,0
	,	3	,8	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,022	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,148	Kurtosis	40,101	S E Kurt	,258
Skewness	6,471	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V42E ZA gefunden- Verbraucherschutz

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	356	98,9	100,0	100,0
,		3	,8	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,000	Mode	,000	Std dev	,000
Minimum	,000	Maximum	,000		

V42F ZA gefunden - sonstiges

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	325	90,3	91,3	91,3
ja	1	31	8,6	8,7	100,0 [Siehe Variable V42F1]
,		3	,8	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,087	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,282	Kurtosis	6,690	S E Kurt	,258
Skewness	2,941	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V42F1 ZA gef. - welches sonst.
STRING

V42G ZA gef. - weiß nicht mehr

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	352	97,8	98,9	98,9
ja	1	4	1,1	1,1	100,0
,		3	,8	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,011	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,106	Kurtosis	85,220	S E Kurt	,258
Skewness	9,314	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

[SEITE 11]

4.3 Haben Sie in den letzten 10 Jahren ein- oder mehrmals Ihren Zahnarzt gewechselt?

V43 ZA gewechselt? (letzten 10 J.)

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	189	52,5	53,1	53,1 Nein [⇒ Bitte weiter mit Frage 4.5]	
1	167	46,4	46,9	100,0 Ja	
,	3	,8	Missing		
9	1	,3	Missing		
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,469	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,500	Kurtosis	-1,996	S E Kurt	,258
Skewness	,124	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

4.4 Warum haben Sie Ihren Zahnarzt gewechselt?

V44 Warum ZA gewechselt?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	25	6,9	15,0	15,0 die alte Praxis wurde geschlossen	
2	63	17,5	37,7	52,7 Wohnortwechsel	
3	56	15,6	33,5	86,2 aufgrund schlechter Erfahrungen	
4	23	6,4	13,8	100,0 sonstiges [Siehe Variable V44A]	
.	191	53,1	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,461	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,910	Kurtosis	-,774	S E Kurt	,374
Skewness	,068	S E Skew	,188	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V44A ZA-Wechsel sonst. Gründe
STRING

Mit den folgenden Fragen möchten wir etwas über die Erfahrungen wissen, die sowohl Sie als auch andere Personen in Ihrem Bekanntenkreis mit Zahnärzten gemacht haben.

4.5 Wie häufig haben Sie die folgenden Erfahrungen bei Zahnärzten gemacht?

V45A ErfZA- erhöhte Zuzahlung

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	5	1,4	1,4	1,4 sehr oft	
2	24	6,7	6,8	8,2 oft	
3	48	13,3	13,6	21,9 ab und zu	
4	84	23,3	23,9	45,7 selten	
5	191	53,1	54,3	100,0 nie	
.	3	,8	Missing		
9	5	1,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	4,227	Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	1,015	Kurtosis	,548	S E Kurt	,259
Skewness	-1,190	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V45B ErfZA-Schmerz

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	15	4,2	4,2	4,2 sehr oft	
2	41	11,4	11,5	15,7 oft	
3	93	25,8	26,1	41,9 ab und zu	
4	131	36,4	36,8	78,7 selten	
5	76	21,1	21,3	100,0 nie	
.	3	,8	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,596	Median	4,000	Mode	4,000
Std dev	1,074	Kurtosis	-,322	S E Kurt	,258
Skewness	-,524	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V45C ErfZA- qualitative Schäden

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	2	,6	,6	,6	sehr oft	
2	20	5,6	5,6	6,2	oft	
3	54	15,0	15,2	21,4	ab und zu	
4	91	25,3	25,6	47,0	selten	
5	188	52,2	53,0	100,0	nie	
,	3	,8	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	4,248		Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	,948		Kurtosis	,263	S E Kurt	,258
Skewness	-1,074		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

45D ErfZA-langes Warten

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	18	5,0	5,1	5,1	sehr oft	
2	27	7,5	7,6	12,6	oft	
3	81	22,5	22,8	35,4	ab und zu	
4	118	32,8	33,1	68,5	selten	
5	112	31,1	31,5	100,0	nie	
,	3	,8	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,784		Median	4,000	Mode	4,000
Std dev	1,121		Kurtosis	-,071	S E Kurt	,258
Skewness	-,759		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V45E ErfZA-kein Einfühlungsvermögen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	8	2,2	2,2	2,2	sehr oft	
2	19	5,3	5,3	7,6	oft	
3	29	8,1	8,1	15,7	ab und zu	
4	100	27,8	28,1	43,8	selten	
5	200	55,6	56,2	100,0	nie	
,	3	,8	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	4,306		Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	,984		Kurtosis	1,943	S E Kurt	,258
Skewness	-1,555		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V45F ErfZA-keine Beratung

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	6	1,7	1,7	1,7 sehr oft	
2	15	4,2	4,2	5,9 oft	
3	33	9,2	9,3	15,2 ab und zu	
4	86	23,9	24,2	39,3 selten	
5	216	60,0	60,7	100,0 nie	
,	3	,8	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	4,379	Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	,937	Kurtosis	2,234	S E Kurt	,258
Skewness	-1,628	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V45G ErfZA-Warten Termin

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	5	1,4	1,4	1,4 sehr oft	
2	19	5,3	5,4	6,8 oft	
3	54	15,0	15,2	22,0 ab und zu	
4	78	21,7	22,0	43,9 selten	
5	199	55,3	56,1	100,0 nie	
,	3	,8	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	4,259	Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	,995	Kurtosis	,660	S E Kurt	,258
Skewness	-1,214	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

4.6 Gibt es in Ihrem Freundes-, Familien-, Bekannten oder Kollegenkreis Personen, die schlechte Erfahrungen mit Ihrem Zahnarzt gemacht haben?

V46A schlechte Erf. -Familie

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	192	53,3	54,2	54,2
ja	1	86	23,9	24,3	78,5
weiß nicht	2	76	21,1	21,5	100,0
,	3	,8	Missing		
missing	9	3	,8	Missing	

	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,672	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,807	Kurtosis	-1,150	S E Kurt	,259
Skewness	,664	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	2,000				

V46B schlechte Erf. - Freunde/Bekannte

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	96	26,7	27,2	27,2
ja	1	91	25,3	25,8	53,0
weiß nicht	2	166	46,1	47,0	100,0
,		3	,8	Missing	
missing	9	4	1,1	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	1,198	Median	1,000	Mode	2,000
Std dev	,840	Kurtosis	-1,475	S E Kurt	,259
Skewness	-,388	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	2,000				

V46C schlechte Erf. - Kollegen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	81	22,5	23,7	23,7
ja	1	39	10,8	11,4	35,1
weiß nicht	2	222	61,7	64,9	100,0
,		3	,8	Missing	
missing	9	15	4,2	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	1,412	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,847	Kurtosis	-1,002	S E Kurt	,263
Skewness	-,901	S E Skew	,132	Minimum	,000
Maximum	2,000				

4.7 Geben Sie die Erfahrungen, die Sie mit Ihrem Zahnarzt gemacht haben, an andere Personen weiter?

V47A Erf. mitteilen - an Familienmitglieder

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	60	16,7	16,9	16,9
ja	1	286	79,4	80,6	97,5
weiß nicht	2	9	2,5	2,5	100,0
,		3	,8	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,856	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,417	Kurtosis	1,498	S E Kurt	,258
Skewness	-,913	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	2,000				

V47B Erf. mitteilen - an Freunde

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	91	25,3	25,7	25,7
ja	1	253	70,3	71,5	97,2
weiß nicht	2	10	2,8	2,8	100,0
,		3	,8	Missing	
missing	9	3	,8	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,771	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,483	Kurtosis	-,086	S E Kurt	,259
Skewness	-,508	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	2,000				

V47C Erf. mitteilen-Kollegen

Value	Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
0	nein	0	172	47,8	50,9	50,9
1	ja	1	129	35,8	38,2	89,1
2	weiß nicht	2	37	10,3	10,9	100,0
.		.	3	,8	Missing	
9	missing	9	19	5,3	Missing	
		Total	360	100,0	100,0	
Mean	,601	Median	,000	Mode	,000	
Std dev	,678	Kurtosis	-,637	S E Kurt	,265	
Skewness	,692	S E Skew	,133	Minimum	,000	
Maximum	2,000					

[SEITE 12]

4.8 Haben Sie von Personen gehört, die bei dem Zahnarzt, *bei dem Sie selbst in Behandlung sind*, schlechte Erfahrungen gemacht haben?

V48 eigener ZA - schl. Erf. Anderer

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	327	90,8	91,9	91,9	Nein [=> Bitte weiter mit Frage 4.10]
1	29	8,1	8,1	100,0	Ja
.	3	,8	Missing		
9	1	,3	Missing		
		Total	360	100,0	100,0
Mean	,081	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,274	Kurtosis	7,486	S E Kurt	,258
Skewness	3,073	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

4.9 Was haben Sie getan nachdem Sie von den schlechten Erfahrungen anderer bei *Ihrem Zahnarzt* gehört haben?

V49 Was getan (schl. Erf. Anderer)?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	10	2,8	34,5	34,5	Ich habe es meinen besten Freunden / meiner Familie erzählt
2	3	,8	10,3	44,8	Ich habe es auch anderen erzählt.
3	14	3,9	48,3	93,1	Ich habe niemanden etwas erzählt
5	2	,6	6,9	100,0	sonstiges [Siehe Variable V49A]
.	330	91,7	Missing		
9	1	,3	Missing		
		Total	360	100,0	100,0
Mean	2,345	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,173	Kurtosis	-,205	S E Kurt	,845
Skewness	,402	S E Skew	,434	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V49A Was getan sonstiges?

STRING

4.10 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

V410A ZA: viele schwarze Schafe

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	18	5,0	5,2	5,2	vollkommen zu	
2	78	21,7	22,5	27,7	teilweise zu	
3	123	34,2	35,5	63,3	eingeschränkt zu	
4	108	30,0	31,2	94,5	eher nicht zu	
5	19	5,3	5,5	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	11	3,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,092		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,980		Kurtosis	-,524	S E Kurt	,261
Skewness	-,168		S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410B ich vertraue ZA

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	223	61,9	62,8	62,8	vollkommen zu	
2	95	26,4	26,8	89,6	teilweise zu	
3	25	6,9	7,0	96,6	eingeschränkt zu	
4	9	2,5	2,5	99,2	eher nicht zu	
5	3	,8	,8	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,518		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,804		Kurtosis	3,338	S E Kurt	,258
Skewness	1,779		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410C nur ZA mit gutem Ruf

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	148	41,1	41,8	41,8	vollkommen zu	
2	100	27,8	28,2	70,1	teilweise zu	
3	51	14,2	14,4	84,5	eingeschränkt zu	
4	34	9,4	9,6	94,1	eher nicht zu	
5	21	5,8	5,9	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	3	,8	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,096		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,215		Kurtosis	-,129	S E Kurt	,259
Skewness	,941		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410D ZA: nicht viele Gedanken machen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	75	20,8	21,3	21,3	vollkommen zu	
2	79	21,9	22,4	43,8	teilweise zu	
3	52	14,4	14,8	58,5	eingeschränkt zu	
4	73	20,3	20,7	79,3	eher nicht zu	
5	73	20,3	20,7	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	5	1,4	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,972		Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	1,456		Kurtosis	-1,398	S E Kurt	,259
Skewness	,038		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410E ZA wollen nur mein Geld

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	13	3,6	3,7	3,7	vollkommen zu	
2	33	9,2	9,3	13,0	teilweise zu	
3	112	31,1	31,5	44,5	eingeschränkt zu	
4	124	34,4	34,9	79,4	eher nicht zu	
5	73	20,3	20,6	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,594		Median	4,000	Mode	4,000
Std dev	1,030		Kurtosis	-,207	S E Kurt	,258
Skewness	-,450		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410F ZA: Notfall - nur Empfehlung

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	121	33,6	34,2	34,2	vollkommen zu	
2	61	16,9	17,2	51,4	teilweise zu	
3	42	11,7	11,9	63,3	eingeschränkt zu	
4	74	20,6	20,9	84,2	eher nicht zu	
5	56	15,6	15,8	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	3	,8	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,669		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,509		Kurtosis	-1,451	S E Kurt	,259
Skewness	,251		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410G ZA: hinauszuögern

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	67	18,6	18,9	18,9	vollkommen zu	
2	64	17,8	18,0	36,9	teilweise zu	
3	30	8,3	8,5	45,4	eingeschränkt zu	
4	55	15,3	15,5	60,8	eher nicht zu	
5	139	38,6	39,2	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,380		Median	4,000	Mode	5,000
Std dev	1,587		Kurtosis	-1,509	S E Kurt	,258
Skewness	-,334		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410H ZA: ausführliches Gespräch

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	86	23,9	24,2	24,2	vollkommen zu	
2	107	29,7	30,1	54,4	teilweise zu	
3	50	13,9	14,1	68,5	eingeschränkt zu	
4	61	16,9	17,2	85,6	eher nicht zu	
5	51	14,2	14,4	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,673		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,384		Kurtosis	-1,162	S E Kurt	,258
Skewness	,376		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410I ZA: Angst vor Schmerzen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	101	28,1	28,5	28,5	vollkommen zu	
2	69	19,2	19,4	47,9	teilweise zu	
3	59	16,4	16,6	64,5	eingeschränkt zu	
4	71	19,7	20,0	84,5	eher nicht zu	
5	55	15,3	15,5	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,746		Median	3,000	Mode	1,000
Std dev	1,447		Kurtosis	-1,351	S E Kurt	,258
Skewness	,191		S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V410J ZA: Probleme mit Zähnen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	43	11,9	12,1	12,1	vollkommen zu	
2	66	18,3	18,6	30,8	teilweise zu	
3	55	15,3	15,5	46,3	eingeschränkt zu	
4	112	31,1	31,6	78,0	eher nicht zu	
5	78	21,7	22,0	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	3	,8	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,328		Median	4,000	Mode	4,000
Std dev	1,330		Kurtosis	-1,088	S E Kurt	,259
Skewness	-,364		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

[SEITE 13]

Mit Hilfe der nachfolgenden Fragen möchten wir gerne etwas darüber erfahren, welche Erfahrungen Sie mit Ihrem gegenwärtigen Zahnarzt gemacht haben.

4.11 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Zahnarzt?

V411 Zufriedenheit mit ZA

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	188	52,2	53,1	53,1	sehr zufrieden	
2	142	39,4	40,1	93,2	zufrieden	
3	22	6,1	6,2	99,4	teils, teils	
4	1	,3	,3	99,7	unzufrieden	
5	1	,3	,3	100,0	sehr unzufrieden	
,	3	,8	Missing			
9	3	,8	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,545		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,651		Kurtosis	1,776	S E Kurt	,259
Skewness	1,099		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

4.12 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

V412A ZA: schöne Praxis

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	177	49,2	50,1	50,1	vollkommen zu	
2	125	34,7	35,4	85,6	teilweise zu	
3	41	11,4	11,6	97,2	eingeschränkt zu	
4	7	1,9	2,0	99,2	eher nicht zu	
5	3	,8	,8	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	4	1,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,680		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,820		Kurtosis	1,641	S E Kurt	,259
Skewness	1,243		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V412B ZA: moderne Apparatur

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	236	65,6	67,0	67,0	vollkommen zu	
2	106	29,4	30,1	97,2	teilweise zu	
3	8	2,2	2,3	99,4	eingeschränkt zu	
4	2	,6	,6	100,0	eher nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	5	1,4	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,364		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,558		Kurtosis	2,204	S E Kurt	,259
Skewness	1,443		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V412C ZA: Termin innerhalb 1 Woche

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	229	63,6	64,9	64,9	vollkommen zu	
2	63	17,5	17,8	82,7	teilweise zu	
3	41	11,4	11,6	94,3	eingeschränkt zu	
4	14	3,9	4,0	98,3	eher nicht zu	
5	6	1,7	1,7	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	4	1,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,598		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,958		Kurtosis	1,987	S E Kurt	,259
Skewness	1,622		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V412D ZA: erklärt gut

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	247	68,6	70,0	70,0	vollkommen zu	
2	86	23,9	24,4	94,3	teilweise zu	
3	17	4,7	4,8	99,2	eingeschränkt zu	
4	3	,8	,8	100,0	eher nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	4	1,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,365		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,617		Kurtosis	2,654	S E Kurt	,259
Skewness	1,694		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V412E ZA: Schmerzen vermeiden

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	236	65,6	66,9	66,9	vollkommen zu	
2	88	24,4	24,9	91,8	teilweise zu	
3	24	6,7	6,8	98,6	eingeschränkt zu	
4	5	1,4	1,4	100,0	eher nicht zu	
.	3	,8	Missing			
9	4	1,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,428		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,683		Kurtosis	2,046	S E Kurt	,259
Skewness	1,579		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V412F ZA: medizinisch korrekt

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	278	77,2	78,8	78,8	vollkommen zu	
2	66	18,3	18,7	97,5	teilweise zu	
3	7	1,9	2,0	99,4	eingeschränkt zu	
4	2	,6	,6	100,0	eher nicht zu	
.	3	,8	Missing			
9	4	1,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,244		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,509		Kurtosis	5,813	S E Kurt	,259
Skewness	2,266		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

4.13 Mit welchen Personen sprechen Sie über eventuelle Probleme mit Ihrem Zahnarzt? Bitte tragen Sie Vornamen oder Initialen dieser Personen in das Namensschema am Ende des Fragebogens ein. [Siehe Teil B.4 - Variablen F2.5_N bis F6.1_N]

4.14 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

V414A ZA: lange gesucht

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	14	3,9	4,0	4,0	vollkommen zu	
2	30	8,3	8,6	12,6	teilweise zu	
3	21	5,8	6,0	18,6	eingeschränkt zu	
4	113	31,4	32,3	50,9	eher nicht zu	
5	172	47,8	49,1	100,0	überhaupt nicht zu	
.	3	,8	Missing			
9	7	1,9	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	4,140		Median	4,000	Mode	5,000
Std dev	1,113		Kurtosis	1,004	S E Kurt	,260
Skewness	-1,358		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V414B ZA: viele Personen gefragt

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	12	3,3	3,4	3,4	vollkommen zu	
2	29	8,1	8,3	11,7	teilweise zu	
3	25	6,9	7,1	18,9	eingeschränkt zu	
4	102	28,3	29,1	48,0	eher nicht zu	
5	182	50,6	52,0	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	7	1,9	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	4,180		Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	1,097		Kurtosis	1,032	S E Kurt	,260
Skewness	-1,372		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V414C ZA: Vorsorgeuntersuchungen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	7	1,9	2,0	2,0	vollkommen zu	
2	10	2,8	2,9	4,9	teilweise zu	
3	5	1,4	1,4	6,3	eingeschränkt zu	
4	35	9,7	10,0	16,3	eher nicht zu	
5	293	81,4	83,7	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	7	1,9	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	4,706		Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	,806		Kurtosis	10,165	S E Kurt	,260
Skewness	-3,215		S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V414D von ZA gehört

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	21	5,8	6,0	6,0	vollkommen zu	
2	21	5,8	6,0	12,0	teilweise zu	
3	16	4,4	4,6	16,6	eingeschränkt zu	
4	64	17,8	18,3	35,0	eher nicht zu	
5	227	63,1	65,0	100,0	überhaupt nicht zu	
,	3	,8	Missing			
9	8	2,2	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	4,304		Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	1,179		Kurtosis	1,804	S E Kurt	,260
Skewness	-1,718		S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V414E ZA in der Nähe

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	113	31,4	32,3	32,3	vollkommen zu
2	38	10,6	10,9	43,1	teilweise zu
3	24	6,7	6,9	50,0	eingeschränkt zu
4	28	7,8	8,0	58,0	eher nicht zu
5	147	40,8	42,0	100,0	überhaupt nicht zu
,	3	,8	Missing		
9	7	1,9	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,166	Median	3,500	Mode	5,000
Std dev	1,772	Kurtosis	-1,775	S E Kurt	,260
Skewness	-,147	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V414F ZA aus Telefonbuch

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	5	1,4	1,4	1,4	vollkommen zu
2	4	1,1	1,1	2,6	teilweise zu
3	1	,3	,3	2,9	eingeschränkt zu
4	11	3,1	3,1	6,0	eher nicht zu
5	329	91,4	94,0	100,0	
,	3	,8	Missing		
9	7	1,9	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	4,871	Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	,599	Kurtosis	28,991	S E Kurt	,260
Skewness	-5,337	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

[SEITE 14]

5 Urlaub

Im folgenden Teil möchten wir Sie bitten, uns einige Fragen zum Thema Urlaub zu beantworten.
 Es geht hierbei um die letzte größere Reise (z.B. einen Pauschalurlaub, Cluburlaub, etc.), bei der Sie im voraus Geld bezahlen mußten.

Sollten Sie noch nie einen solchen Urlaub unternommen haben, gehen Sie bitte zum letzten Teil diese Fragebogens auf S. 21.

V50 Urlaub gehabt?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	80	22,2	22,3	22,3	nein
1	279	77,5	77,7	100,0	ja
,	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,777	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,417	Kurtosis	-,212	S E Kurt	,257
Skewness	-1,338	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

5.1 Wo verbrachten Sie Ihren letzten größeren Urlaub (Pauschalreise, Cluburlaub, etc.), bei dem Sie im voraus Geld bezahlen mußten.

V51 Urlaubsort
 STRING

5.2 In welchem Jahr war dieser Urlaub? 19__

V52 Wann war Urlaub?

Value	Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
91			4	1,1	1,4	1,4
92			2	,6	,7	2,2
93			3	,8	1,1	3,2
94			9	2,5	3,2	6,5
95			14	3,9	5,0	11,5
96			25	6,9	9,0	20,4
97			51	14,2	18,3	38,7
98			135	37,5	48,4	87,1
99			36	10,0	12,9	100,0
,			81	22,5	Missing	
Total			360	100,0	100,0	

Mean	97,290	Median	98,000	Mode	98,000
Std dev	1,540	Kurtosis	3,954	S E Kurt	,291
Skewness	-1,829	S E Skew	,146	Minimum	91,000
Maximum	99,000				

5.3 Wie viele Urlaubsreisen hatten Sie in jenem Jahr unternommen? etwa: _____ (Anzahl)

V53 Anzahl d. Reisen

Value	Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
1			139	38,6	50,0	50,0
2			95	26,4	34,2	84,2
3			29	8,1	10,4	94,6
4			10	2,8	3,6	98,2
5			2	,6	,7	98,9
6			1	,3	,4	99,3
9			1	,3	,4	99,6
10			1	,3	,4	100,0
,			81	22,5	Missing	
missing			99	1	,3	Missing
Total			360	100,0	100,0	

Mean	1,766	Median	1,500	Mode	1,000
Std dev	1,108	Kurtosis	17,165	S E Kurt	,291
Skewness	3,171	S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	10,000				

5.4 Wo waren Sie in diesem Urlaub untergebracht?

V54 Wo untergebracht?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	25	6,9	9,0	9,0	Ferienanlage
2	163	45,3	58,4	67,4	Hotel
3	17	4,7	6,1	73,5	Pension
4	4	1,1	1,4	74,9	Jugendherberge
5	7	1,9	2,5	77,4	Campingplatz
6	40	11,1	14,3	91,8	Bungalow, Appartement, Ferienhaus
7	23	6,4	8,2	100,0	sonstiges [Siehe Variable V54A]
,	81	22,5	Missing		
Total			360	100,0	100,0

Mean	3,061	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,917	Kurtosis	-,508	S E Kurt	,291
Skewness	1,060	S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	7,000				

V54A Unterkunft - sonstige
STRING

5.5 Sind Sie mit Ihrer Familie in diesen Urlaub gefahren?

V55 Urlaub mit Familie?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	92	25,6	33,0	33,0 nein [➔ Bitte weiter mit Frage 5.11]	
1	187	51,9	67,0	100,0 ja	
,	81	22,5	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,670	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,471	Kurtosis	-1,480	S E Kurt	,291
Skewness	-,728	S E Skew	,146	Minimum	,000
Maximum	1,000				

5.6 Wie viele Personen waren einschließlich Ihnen in diesem Urlaub?

V56 Anz. Personen im Urlaub

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	2	,6	1,1	1,1
	2	101	28,1	54,0	55,1
	...				
	9	2	,6	1,1	98,9
	10	1	,3	,5	99,5
	11	1	,3	,5	100,0
	,	173	48,1	Missing	

Total		360	100,0	100,0	
Mean	2,979	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,566	Kurtosis	7,421	S E Kurt	,354
Skewness	2,415	S E Skew	,178	Minimum	1,000
Maximum	11,000				

5.7 Waren Kinder dabei?

V57 Kinder dabei?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	124	34,4	66,3	66,3 nein [➔ Bitte weiter mit Frage 5.9]	
1	63	17,5	33,7	100,0 ja	
,	173	48,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,337	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,474	Kurtosis	-1,532	S E Kurt	,354
Skewness	,696	S E Skew	,178	Minimum	,000
Maximum	1,000				

[SEITE 15]

5.8 Wie viele Ihrer Kinder waren dabei und wie alt waren diese damals?

V58 Anzahl d. Kinder

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	28	7,8	44,4	44,4
	2	31	8,6	49,2	93,7
	3	2	,6	3,2	96,8
	4	2	,6	3,2	100,0
	,	297	82,5	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,651	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,699	Kurtosis	2,276	S E Kurt	,595
Skewness	1,191	S E Skew	,302	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V58A Alter Kind 1

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	3	,8	4,8	4,8
	2	1	,3	1,6	6,3
	3	3	,8	4,8	11,1
	...				
	17	1	,3	1,6	92,1
	18	4	1,1	6,3	98,4
	27	1	,3	1,6	100,0
	,	297	82,5	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	10,540	Median	11,000	Mode	11,000
Std dev	4,898	Kurtosis	1,062	S E Kurt	,595
Skewness	,297	S E Skew	,302	Minimum	1,000
Maximum	27,000				

V58B Alter Kind 2

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	3	,8	8,6	8,6
	4	2	,6	5,7	14,3
	6	2	,6	5,7	20,0
	...				
	15	2	,6	5,7	94,3
	16	1	,3	2,9	97,1
	17	1	,3	2,9	100,0
	,	325	90,3	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	10,229	Median	12,000	Mode	12,000
Std dev	4,088	Kurtosis	-,413	S E Kurt	,778
Skewness	-,618	S E Skew	,398	Minimum	2,000
Maximum	17,000				

V58C Alter Kind 3

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	1	,3	25,0	25,0
	13	2	,6	50,0	75,0
	15	1	,3	25,0	100,0
	,	356	98,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	10,500	Median	13,000	Mode	13,000
Std dev	6,403	Kurtosis	3,619	S E Kurt	2,619
Skewness	-1,866	S E Skew	1,014	Minimum	1,000
Maximum	15,000				

V58D Alter Kind 4

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	8	1	,3	50,0	50,0
	14	1	,3	50,0	100,0
	,	358	99,4	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	11,000	Median	11,000	Mode	8,000
Std dev	4,243	Minimum	8,000	Maximum	14,000

V58E Alter Kind 5

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	,	360	100,0	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

5.9 Wie hoch waren ungefähr die Gesamtreisekosten (Fahrt / Flug, Unterkunft und Verpflegung, **ohne** persönliche individuelle Ausgaben vor Ort, wie z.B. für Einkäufe, Souvenirs, etc.)?

V59 Gesamtreisekosten

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	400	2	,6	1,1	1,1
	600	2	,6	1,1	2,2
	800	1	,3	,5	2,7
	...				
	11000	2	,6	1,1	98,9
	24000	1	,3	,5	99,5
	28000	1	,3	,5	100,0
	,	173	48,1	Missing	
Missing	99999	4	1,1	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	3683,563	Median	3000,000	Mode	3000,000
Std dev	3130,320	Kurtosis	28,538	S E Kurt	,357
Skewness	4,370	S E Skew	,180	Minimum	400,000
Maximum	28000,000				

5.10 Wie hoch war zum damaligen Zeitpunkt Ihr monatliches Netto-Familien-Einkommen?

V510 Familiennettoeinkommen, monatl.

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	3	,8	1,7	1,7	bis 1000 DM	
2	23	6,4	13,0	14,7	1000 bis 2500 DM	
3	70	19,4	39,5	54,2	2500 bis 4000 DM	
4	61	16,9	34,5	88,7	4000 bis 6500 DM	
5	18	5,0	10,2	98,9	6500 bis 10000 DM	
6	2	,6	1,1	100,0	über 10000 DM	
,	173	48,1	Missing			
9	10	2,8	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,418		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,939		Kurtosis	,025	S E Kurt	,363
Skewness	,032		S E Skew	,183	Minimum	1,000
Maximum	6,000					

➔ Bitte fahren Sie fort mit Frage 5.13

5.11 Wie hoch waren ungefähr die Reisekosten pro Person (Fahrt / Flug, Unterkunft und Verpflegung, ohne persönliche individuelle Ausgaben vor Ort, wie z.B. für Einkäufe, Souvenirs, etc.)? ca. _____ DM

V511 Reisekosten pro Person

Value	Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
		200	1	,3	1,1	1,1
		300	3	,8	3,3	4,4
		400	2	,6	2,2	6,6
		...				
		4500	1	,3	1,1	97,8
		4600	1	,3	1,1	98,9
		6000	1	,3	1,1	100,0
		,	268	74,4	Missing	
missing		99999	1	,3	Missing	

Total			360	100,0	100,0	
Mean	1477,912		Median	1200,000	Mode	1500,000
Std dev	1045,302		Kurtosis	3,906	S E Kurt	,500
Skewness	1,724		S E Skew	,253	Minimum	200,000
Maximum	6000,000					

5.12 Wie hoch war zu diesem Zeitpunkt Ihr monatliches Nettoeinkommen in DM?

V512 Einzelnettoeinkommen, monatl.

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	5	1,4	5,9	5,9	bis 600 DM	
2	28	7,8	32,9	38,8	600 bis 1000 DM	
3	10	2,8	11,8	50,6	1000 bis 1500 DM	
4	18	5,0	21,2	71,8	1500 bis 2000 DM	
5	18	5,0	21,2	92,9	2000 bis 3500 DM	
6	5	1,4	5,9	98,8	3500 bis 5000 DM	
7	1	,3	1,2	100,0	5000 bis 7000 DM	
,	268	74,4	Missing			
9	7	1,9	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,412		Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	1,482		Kurtosis	-1,025	S E Kurt	,517
Skewness	,221		S E Skew	,261	Minimum	1,000
Maximum	7,000					

5.13 Wie lange dauerte dieser Urlaub in Tagen inklusive Hin- und Rückreisetag?

V513 Wie lang dauerte Urlaub? (Tage)

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	4	2	,6	,7	,7
	5	6	1,7	2,2	2,9
	6	5	1,4	1,8	4,7
	...				
	62	1	,3	,4	99,3
	75	1	,3	,4	99,6
	80	1	,3	,4	100,0
	,	81	22,5	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	14,394	Median	14,000	Mode	14,000
Std dev	8,799	Kurtosis	22,292	S E Kurt	,291
Skewness	3,886	S E Skew	,146	Minimum	4,000
Maximum	80,000				

5.14 Wie viele Urlaubstage hatten Sie in jenem Jahr für Urlaub zur Verfügung?

V514 Anzahl d. Urlaubstage

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	9	3	,8	1,1	1,1
	14	2	,6	,7	1,9
	15	4	1,1	1,5	3,4
	...				
	150	22	6,1	8,2	85,4
	300	3	,8	1,1	86,6
	365	36	10,0	13,4	100,0
	,	81	22,5	Missing	
missing	999	11	3,1	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	90,198	Median	30,000	Mode	30,000
Std dev	117,238	Kurtosis	1,311	S E Kurt	,297
Skewness	1,718	S E Skew	,149	Minimum	9,000
Maximum	365,000				

5.15 Wieviel Wert legen Sie generell auf die folgenden Eigenschaften in Bezug auf Ihre Unterkunft?

V515A wieviel Wert - Sauberkeit

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	154	42,8	55,2	55,2	sehr viel
2	100	27,8	35,8	91,0	viel
3	23	6,4	8,2	99,3	mäßig
4	2	,6	,7	100,0	kaum
,	81	22,5	Missing		
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,545	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,676	Kurtosis	,368	S E Kurt	,291
Skewness	,995	S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V515B wieviel Wert - Komfort

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	31	8,6	11,1	11,1	sehr viel	
2	96	26,7	34,4	45,5	viel	
3	117	32,5	41,9	87,5	mäßig	
4	28	7,8	10,0	97,5	kaum	
5	7	1,9	2,5	100,0	keinen	
,	81	22,5	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,584		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,905		Kurtosis	,038	S E Kurt	,291
Skewness	,216		S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V515C wieviel Wert - deutsches Essen

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	8	2,2	2,9	2,9	sehr viel	
2	18	5,0	6,5	9,3	viel	
3	40	11,1	14,3	23,7	mäßig	
4	99	27,5	35,5	59,1	kaum	
5	114	31,7	40,9	100,0	keinen	
,	81	22,5	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	4,050		Median	4,000	Mode	5,000
Std dev	1,034		Kurtosis	,669	S E Kurt	,291
Skewness	-1,084		S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V515D wieviel Wert - Service

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	48	13,3	17,3	17,3	sehr viel	
2	111	30,8	39,9	57,2	viel	
3	79	21,9	28,4	85,6	mäßig	
4	24	6,7	8,6	94,2	kaum	
5	16	4,4	5,8	100,0	keinen	
,	81	22,5	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,457		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,056		Kurtosis	,031	S E Kurt	,291
Skewness	,633		S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V515E wieviel Wert - deutsche Sprache

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	16	4,4	5,7	5,7	sehr viel
2	41	11,4	14,7	20,4	viel
3	80	22,2	28,7	49,1	mäßig
4	66	18,3	23,7	72,8	kaum
5	76	21,1	27,2	100,0	keinen
,	81	22,5	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,520	Median	4,000	Mode	3,000
Std dev	1,199	Kurtosis	-,831	S E Kurt	,291
Skewness	-,331	S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

5.16 Wieviel Wert legen Sie prinzipiell darauf, daß der Urlaub für Sie organisiert wird?

V516 wieviel Wert - organisierter Urlaub

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	32	8,9	11,5	11,5	sehr viel
2	39	10,8	14,0	25,4	viel
3	69	19,2	24,7	50,2	mäßig
4	64	17,8	22,9	73,1	kaum
5	75	20,8	26,9	100,0	keinen
,	81	22,5	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,398	Median	3,000	Mode	5,000
Std dev	1,323	Kurtosis	-,982	S E Kurt	,291
Skewness	-,359	S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

[SEITE 16]

5.17 Wieviel Zeit verbrachten Sie damit, Ihren Urlaub zu planen, nachdem Sie sich für diesen Urlaub entschieden hatten? Wenn es sich um ein Last-Minute Angebot handelte, so geben Sie das bitte an.

V517 Wie lang Urlaub geplant?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	32	8,9	11,6	11,6	Last Minute Angebot
2	45	12,5	16,2	27,8	weniger als eine Woche
3	92	25,6	33,2	61,0	1 bis 4 Wochen
4	43	11,9	15,5	76,5	1 bis 2 Monate
5	45	12,5	16,2	92,8	2 bis 6 Monate
6	20	5,6	7,2	100,0	länger als ein halbes Jahr
,	81	22,5	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,303	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,412	Kurtosis	-,732	S E Kurt	,292
Skewness	,173	S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	6,000				

5.18 Hätten Sie gern mehr Zeit gehabt, Ihren Urlaub zu planen?

V518 Mehr Zeit gewünscht?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
0	255	70,8	91,7	91,7 nein
1	23	6,4	8,3	100,0 ja
,	81	22,5	Missing	
9	1	,3	Missing	

Total	360	100,0	100,0	
Mean	,083		Median	,000
Std dev	,276		Kurtosis	7,330
Skewness	3,046		S E Skew	,146
Maximum	1,000		Minimum	,000

5.19 Wer hatte damals den Urlaub geplant?

V519 Wer hat geplant?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
1	101	28,1	36,3	36,3 ich
2	177	49,2	63,7	100,0 (auch) jemand anders
,	81	22,5	Missing	
9	1	,3	Missing	

Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,637		Median	2,000
Std dev	,482		Kurtosis	-1,686
Skewness	-,572		S E Skew	,146
Maximum	2,000		Minimum	1,000

Bitte tragen Sie bitte auch diesen Namen oder die Initiale dieser Person in das Namensschema am Ende des Fragebogens ein.
[Siehe Teil B.4 - Variablen F2.5_N bis F6.1_N]

5.20 Haben Sie persönlich zur Buchung des Urlaubs ein Reisebüro eingeschaltet?

V520 Reisebüro?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
0	71	19,7	25,5	25,5 nein [Bitte weiter mit Frage 5.23]
1	207	57,5	74,5	100,0 ja
,	81	22,5	Missing	
9	1	,3	Missing	

Total	360	100,0	100,0	
Mean	,745		Median	1,000
Std dev	,437		Kurtosis	-,733
Skewness	-1,128		S E Skew	,146
Maximum	1,000		Minimum	,000

5.21 Wie sind Sie zu diesem Reisebüro gekommen?

V521A RB - von Freunden empfohlen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	168	46,7	81,2	81,2
ja	1	39	10,8	18,8	100,0
,		152	42,2	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,188	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,392	Kurtosis	,583	S E Kurt	,337
Skewness	1,605	S E Skew	,169	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V521B RB - persönl. Bekannte

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	189	52,5	91,3	91,3
ja	1	18	5,0	8,7	100,0
,		152	42,2	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,087	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,282	Kurtosis	6,787	S E Kurt	,337
Skewness	2,953	S E Skew	,169	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V521C RB - auf dem Weg

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	121	33,6	58,5	58,5
ja	1	86	23,9	41,5	100,0
,		152	42,2	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,415	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,494	Kurtosis	-1,899	S E Kurt	,337
Skewness	,346	S E Skew	,169	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V521D RB - Werbung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	178	49,4	86,0	86,0
ja	1	29	8,1	14,0	100,0
,		152	42,2	Missing	
missing	9	1	,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,140	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,348	Kurtosis	2,387	S E Kurt	,337
Skewness	2,089	S E Skew	,169	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V521E RB - sonstiges

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	163	45,3	78,7	78,7
ja	1	44	12,2	21,3	100,0 [Siehe Variable V521E1]
missing	,9	152	42,2	Missing	
		1	,3	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,213	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,410	Kurtosis	,003	S E Kurt	,337
Skewness	1,415	S E Skew	,169	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V521E1 RB - was sonstiges
STRING

5.22 Wie zufrieden waren Sie ganz allgemein mit diesem Reisebüro?

V522 RB - Wie zufrieden?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	74	20,6	35,9	35,9	sehr zufrieden
2	104	28,9	50,5	86,4	zufrieden
3	23	6,4	11,2	97,6	teils, teils
4	2	,6	1,0	98,5	unzufrieden
5	3	,8	1,5	100,0	sehr unzufrieden
,	152	42,2	Missing		
9	2	,6	Missing		
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,816	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,781	Kurtosis	2,795	S E Kurt	,337
Skewness	1,205	S E Skew	,169	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

5.23 Gab es einen Reiseveranstalter?

V523 Reiseveranstalter?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	94	26,1	33,9	33,9	nein [⇒ Bitte weiter mit Frage 5.25]
1	183	50,8	66,1	100,0	ja, und zwar [Siehe Variable 5.23A]
,	81	22,5	Missing		
9	2	,6	Missing		
Total	360	100,0	100,0		
Mean	,661	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,474	Kurtosis	-1,546	S E Kurt	,292
Skewness	-,682	S E Skew	,146	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V523A Welcher Reiseveranstalter?
STRING

5.24 Wie zufrieden waren Sie mit dem Veranstalter?

V524 RVeranst. - wie zufrieden?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	54	15,0	29,7	29,7	sehr zufrieden
2	91	25,3	50,0	79,7	zufrieden
3	28	7,8	15,4	95,1	teils, teils
4	7	1,9	3,8	98,9	unzufrieden
5	2	,6	1,1	100,0	sehr unzufrieden
,	175	48,6	Missing		
9	3	,8	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,967	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,840	Kurtosis	1,164	S E Kurt	,358
Skewness	,910	S E Skew	,180	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

5.25 Hatten Sie vorher schon einmal schlechte Erfahrungen mit einem Reisebüro oder Reiseveranstalter gemacht?

V525A keine schlechten Erfahrungen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
nein	0	60	16,7	21,7	21,7	➡ Bitte weiter mit Frage 5.29]
ja	1	217	60,3	78,3	100,0	
,		81	22,5	Missing		
missing	9	2	,6	Missing		

Total		360	100,0	100,0		
Mean	,783	Median	1,000	Mode	1,000	
Std dev	,413	Kurtosis	-,087	S E Kurt	,292	
Skewness	-1,383	S E Skew	,146	Minimum	,000	
Maximum	1,000					

V525B schlechte Erf. - RB

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
nein	0	37	10,3	61,7	61,7	
ja	1	23	6,4	38,3	100,0	
,		298	82,8	Missing		
missing	9	2	,6	Missing		

Total		360	100,0	100,0		
Mean	,383	Median	,000	Mode	,000	
Std dev	,490	Kurtosis	-1,819	S E Kurt	,608	
Skewness	,492	S E Skew	,309	Minimum	,000	
Maximum	1,000					

V525C schlechte Erf. - RV

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
nein	0	16	4,4	26,7	26,7	
ja	1	44	12,2	73,3	100,0	
,		298	82,8	Missing		
missing	9	2	,6	Missing		

Total		360	100,0	100,0		
Mean	,733	Median	1,000	Mode	1,000	
Std dev	,446	Kurtosis	-,858	S E Kurt	,608	
Skewness	-1,083	S E Skew	,309	Minimum	,000	
Maximum	1,000					

5.26 Womit genau hatten Sie schlechte Erfahrungen (im Vergleich dazu, was Ihnen versprochen wurde)?

V526A schl. Erf. - Ort/Hotel/Unterkunft

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	29	8,1	48,3	48,3
ja	1	31	8,6	51,7	100,0
,		298	82,8	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,517	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,504	Kurtosis	-2,065	S E Kurt	,608
Skewness	-,068	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V526B schl. Erf. - Service im RB

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	52	14,4	86,7	86,7
ja	1	8	2,2	13,3	100,0
,		298	82,8	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,133	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,343	Kurtosis	2,996	S E Kurt	,608
Skewness	2,213	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V526C schl. Erf. - Service vor Ort

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	42	11,7	70,0	70,0
ja	1	18	5,0	30,0	100,0
,		298	82,8	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,300	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,462	Kurtosis	-1,241	S E Kurt	,608
Skewness	,895	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V526D schl. Erf. - Flugges.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	57	15,8	95,0	95,0
ja	1	3	,8	5,0	100,0
,		298	82,8	Missing	
missing	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,050	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,220	Kurtosis	16,494	S E Kurt	,608
Skewness	4,236	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V526E schl. Erf. - Kultur/Freizeit

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	57	15,8	95,0	95,0
ja	1	3	,8	5,0	100,0
missing	,	298	82,8	Missing	
	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,050	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,220	Kurtosis	16,494	S E Kurt	,608
Skewness	4,236	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V526F schl. Erf. - Preis/Leistung allg.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	48	13,3	80,0	80,0
ja	1	12	3,3	20,0	100,0
missing	,	298	82,8	Missing	
	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,200	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,403	Kurtosis	,379	S E Kurt	,608
Skewness	1,539	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V526G schl- Erf. - sonstige

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	39	10,8	65,0	65,0
ja	1	21	5,8	35,0	100,0 [Siehe Variable V526G1]
missing	,	298	82,8	Missing	
	9	2	,6	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,350	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,481	Kurtosis	-1,640	S E Kurt	,608
Skewness	,645	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V526G1 schl. Erf. - welche sonst.?

STRING

5.27 Haben Sie darauf hin bei dem Reisebüro / Reiseveranstalter Schadensersatzforderungen geltend gemacht?

V527 Schadensersatzforderung gestellt?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	34	9,4	56,7	56,7 nein [➡ Bitte weiter mit Frage 5.29]	
1	26	7,2	43,3	100,0 ja	
,	298	82,8	Missing		
9	2	,6	Missing		
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,433	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,500	Kurtosis	-1,991	S E Kurt	,608
Skewness	,276	S E Skew	,309	Minimum	,000
Maximum	1,000				

5.28 Sind Sie für die Ihnen entstandenen Schäden entschädigt worden?

V528 entschädigt worden?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	7	1,9	26,9	26,9	nein
1	19	5,3	73,1	100,0	ja
,	332	92,2	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,731		Median	1,000	Mode
Std dev	,452		Kurtosis	-,850	S E Kurt
Skewness	-1,105		S E Skew	,456	Minimum
Maximum	1,000				,000

[SEITE 18]

Die folgenden Fragen beziehen sich auf die Zeit vor Reiseantritt.

5.29 Wie haben Sie sich über Ihr Hotel / Ihre Unterkunft informiert?

V529A Hotel - nicht informiert

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	234	65,0	84,2	84,2	nein [Siehe Variable V529A1]
1	44	12,2	15,8	100,0	ja
,	82	22,8	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,158		Median	,000	Mode
Std dev	,366		Kurtosis	1,556	S E Kurt
Skewness	1,883		S E Skew	,146	Minimum
Maximum	1,000				,000

V529A1 Hot. - nicht informiert, weil
STRING

V529B Hotel - im Reisebüro informiert

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	124	34,4	53,2	53,2	nein
1	109	30,3	46,8	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	127	35,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,468		Median	,000	Mode
Std dev	,500		Kurtosis	-2,000	S E Kurt
Skewness	,130		S E Skew	,159	Minimum
Maximum	1,000				,000

V529B1 Hotel - RB, Aufwand für Suche nach Info-quelle

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	10	2,8	9,2	9,2	mit sehr großem Aufwand	
2	14	3,9	12,8	22,0	mit eher großem Aufwand	
3	43	11,9	39,4	61,5	mit mäßigem Aufwand	
4	23	6,4	21,1	82,6	mit eher geringem Aufwand	
5	19	5,3	17,4	100,0	mit sehr geringem Aufwand	
,	251	69,7	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,248		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,164		Kurtosis	-,547	S E Kurt	,459
Skewness	-,176		S E Skew	,231	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V529B2 Hotel- RB wie ausreichend waren Infos?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	38	10,6	34,9	34,9	voll und ganz	
2	46	12,8	42,2	77,1	überwiegend	
3	21	5,8	19,3	96,3	einigermaßen	
4	2	,6	1,8	98,2	kaum ausreichend	
5	2	,6	1,8	100,0	nicht ausreichend	
,	251	69,7	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,936		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,885		Kurtosis	1,206	S E Kurt	,459
Skewness	,944		S E Skew	,231	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V529B3 Hotel - RB wie glaubwürdig?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	46	12,8	42,6	42,6	vollkommen glaubwürdig	
2	49	13,6	45,4	88,0	eher glaubwürdig	
3	12	3,3	11,1	99,1	mäßig glaubwürdig	
4	1	,3	,9	100,0	eher unglaubwürdig	
,	251	69,7	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,704		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,701		Kurtosis	-,076	S E Kurt	,461
Skewness	,651		S E Skew	,233	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V529C Hotel - Kataloge

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	69	19,2	29,6	29,6	nein	
1	164	45,6	70,4	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	127	35,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	,704		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,458		Kurtosis	-1,202	S E Kurt	,318
Skewness	-,899		S E Skew	,159	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V529C1 Hotel - Kataloge, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	22	6,1	13,4	13,4	mit sehr großem Aufwand
2	44	12,2	26,8	40,2	mit eher großem Aufwand
3	55	15,3	33,5	73,8	mit mäßigem Aufwand
4	29	8,1	17,7	91,5	mit eher geringem Aufwand
5	14	3,9	8,5	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	196	54,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,811	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,138	Kurtosis	-,647	S E Kurt	,377
Skewness	,176	S E Skew	,190	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V529C2 Hotel - Kataloge, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	27	7,5	16,5	16,5	voll und ganz
2	80	22,2	48,8	65,2	überwiegend
3	45	12,5	27,4	92,7	einigermaßen
4	8	2,2	4,9	97,6	kaum ausreichend
5	4	1,1	2,4	100,0	nicht ausreichend
,	196	54,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,280	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,883	Kurtosis	,858	S E Kurt	,377
Skewness	,717	S E Skew	,190	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V529C3 Hotel - Kataloge, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	29	8,1	17,8	17,8	vollkommen glaubwürdig
2	97	26,9	59,5	77,3	eher glaubwürdig
3	32	8,9	19,6	96,9	mäßig glaubwürdig
4	4	1,1	2,5	99,4	eher unglaubwürdig
5	1	,3	,6	100,0	ganz und gar unglaubwürdig
,	196	54,4	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,086	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,723	Kurtosis	1,350	S E Kurt	,378
Skewness	,661	S E Skew	,190	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V529D Hotel - Freunde

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	178	49,4	76,4	76,4	nein
1	55	15,3	23,6	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	127	35,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,236	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,426	Kurtosis	-,438	S E Kurt	,318
Skewness	1,251	S E Skew	,159	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V529D1 Hotel - Freunde Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	3	,8	5,7	5,7	mit sehr großem Aufwand	
2	9	2,5	17,0	22,6	mit eher großem Aufwand	
3	19	5,3	35,8	58,5	mit mäßigem Aufwand	
4	14	3,9	26,4	84,9	mit eher geringem Aufwand	
5	8	2,2	15,1	100,0	mit sehr geringem Aufwand	
,	305	84,7	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,283		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,099		Kurtosis	-,525	S E Kurt	,644
Skewness	-,143		S E Skew	,327	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V529D2 Hotel - Freunde, wie ergiebig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	21	5,8	39,6	39,6	voll und ganz	
2	20	5,6	37,7	77,4	überwiegend	
3	10	2,8	18,9	96,2	einigermaßen	
4	1	,3	1,9	98,1	kaum ausreichend	
5	1	,3	1,9	100,0	nicht ausreichend	
,	305	84,7	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,887		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	,913		Kurtosis	1,242	S E Kurt	,644
Skewness	1,019		S E Skew	,327	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V529D3 Hotel - Freunde, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	27	7,5	51,9	51,9	vollkommen glaubwürdig	
2	21	5,8	40,4	92,3	eher glaubwürdig	
3	4	1,1	7,7	100,0	mäßig glaubwürdig	
,	305	84,7	Missing			
9	3	,8	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,558		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,639		Kurtosis	-,444	S E Kurt	,650
Skewness	,714		S E Skew	,330	Minimum	1,000
Maximum	3,000					

V529E Hotel - Medien

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	217	60,3	93,1	93,1	nein	
1	16	4,4	6,9	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	127	35,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	,069		Median	,000	Mode	,000
Std dev	,253		Kurtosis	9,872	S E Kurt	,318
Skewness	3,433		S E Skew	,159	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V529E1 Hotel - Medien Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	2	,6	12,5	12,5	mit sehr großem Aufwand
2	2	,6	12,5	25,0	mit eher großem Aufwand
3	3	,8	18,8	43,8	mit mäßigem Aufwand
4	5	1,4	31,3	75,0	mit eher geringem Aufwand
5	4	1,1	25,0	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	344	95,6	Missing		

Total 360 100,0 100,0

Mean	3,438	Median	4,000	Mode	4,000
Std dev	1,365	Kurtosis	-,733	S E Kurt	1,091
Skewness	-,570	S E Skew	,564	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V529E2 Hotel - Medien, wie ergiebig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	1	,3	6,7	6,7	voll und ganz
2	9	2,5	60,0	66,7	überwiegend
3	3	,8	20,0	86,7	einigermaßen
4	2	,6	13,3	100,0	kaum ausreichend
,	344	95,6	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total 360 100,0 100,0

Mean	2,400	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,828	Kurtosis	,337	S E Kurt	1,121
Skewness	,801	S E Skew	,580	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V529E3 Hotel - Medien, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	2	,6	14,3	14,3	vollkommen glaubwürdig
2	9	2,5	64,3	78,6	eher glaubwürdig
3	3	,8	21,4	100,0	mäßig glaubwürdig
,	344	95,6	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total 360 100,0 100,0

Mean	2,071	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,616	Kurtosis	,302	S E Kurt	1,154
Skewness	-,024	S E Skew	,597	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V529F Hotel - Printmedien

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	152	42,2	65,0	65,0	nein
1	82	22,8	35,0	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	126	35,0	Missing		

Total 360 100,0 100,0

Mean	,350	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,478	Kurtosis	-1,616	S E Kurt	,317
Skewness	,631	S E Skew	,159	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V529F1 Hotel - Printmedien, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	11	3,1	13,6	13,6	mit sehr großem Aufwand	
2	24	6,7	29,6	43,2	mit eher großem Aufwand	
3	31	8,6	38,3	81,5	mit mäßigem Aufwand	
4	10	2,8	12,3	93,8	mit eher geringem Aufwand	
5	5	1,4	6,2	100,0	mit sehr geringem Aufwand	
,	278	77,2	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,679		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,059		Kurtosis	-,236	S E Kurt	,529
Skewness	,292		S E Skew	,267	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V529F2 Hotel - Printmedien, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	20	5,6	24,4	24,4	voll und ganz	
2	41	11,4	50,0	74,4	überwiegend	
3	19	5,3	23,2	97,6	einigermaßen	
4	2	,6	2,4	100,0	kaum ausreichend	
,	278	77,2	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,037		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,761		Kurtosis	-,370	S E Kurt	,526
Skewness	,283		S E Skew	,266	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V529F3 Hotel - Printmedien, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	22	6,1	27,2	27,2	vollkommen glaubwürdig	
2	50	13,9	61,7	88,9	eher glaubwürdig	
3	6	1,7	7,4	96,3	mäßig glaubwürdig	
4	2	,6	2,5	98,8	eher unglaubwürdig	
5	1	,3	1,2	100,0	ganz und gar unglaubwürdig	
,	278	77,2	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,889		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,742		Kurtosis	3,846	S E Kurt	,529
Skewness	1,313		S E Skew	,267	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V529G Hotel - Internet

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	223	61,9	95,7	95,7	nein	
1	10	2,8	4,3	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	127	35,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	,043		Median	,000	Mode	,000
Std dev	,203		Kurtosis	18,771	S E Kurt	,318
Skewness	4,540		S E Skew	,159	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V529G1 Hotel - Internet, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
2	2	,6	20,0	20,0	mit eher großem Aufwand
3	3	,8	30,0	50,0	mit mäßigem Aufwand
4	3	,8	30,0	80,0	mit eher geringem Aufwand
5	2	,6	20,0	100,0	mit sehr geringem Aufwand
.	350	97,2	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,500	Median	3,500	Mode	3,000
Std dev	1,080	Kurtosis	-1,032	S E Kurt	1,334
Skewness	,000	S E Skew	,687	Minimum	2,000
Maximum	5,000				

V529G2 Hotel - Internet, wie ergiebig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	1	,3	10,0	10,0	voll und ganz
2	3	,8	30,0	40,0	überwiegend
3	5	1,4	50,0	90,0	einigermaßen
4	1	,3	10,0	100,0	kaum ausreichend
.	350	97,2	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,600	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,843	Kurtosis	,370	S E Kurt	1,334
Skewness	-,389	S E Skew	,687	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V529G3 Hotel - Internet, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	1	,3	10,0	10,0	vollkommen glaubwürdig
2	6	1,7	60,0	70,0	eher glaubwürdig
3	3	,8	30,0	100,0	mäßig glaubwürdig
.	350	97,2	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,200	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,632	Kurtosis	,179	S E Kurt	1,334
Skewness	-,132	S E Skew	,687	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V529H Hotel - sonstige

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	217	60,3	93,1	93,1	nein
1	16	4,4	6,9	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
.	127	35,3	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	,069	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,253	Kurtosis	9,872	S E Kurt	,318
Skewness	3,433	S E Skew	,159	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V529HA Hotel - sonst. 1 zwar

STRING

V529HA1 Hotel - sonst. 1, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	1	,3	6,3	6,3	sehr groß Aufwand	
2	3	,8	18,8	25,0	großer Aufwand	
3	4	1,1	25,0	50,0	mäßiger Aufwand	
4	5	1,4	31,3	81,3	geringer Aufwand	
5	3	,8	18,8	100,0	sehr geringer Aufwand	
,	344	95,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,375		Median	3,500	Mode	4,000
Std dev	1,204		Kurtosis	-,662	S E Kurt	1,091
Skewness	-,319		S E Skew	,564	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V529HA2 Hotel - sonst. 1, wie ergiebig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	6	1,7	37,5	37,5	voll und ganz ausreichend	
2	6	1,7	37,5	75,0	überwiegend ausreichend	
3	3	,8	18,8	93,8	einigermaßen ausreichend	
4	1	,3	6,3	100,0	kaum ausreichend	
,	344	95,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,938		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	,929		Kurtosis	-,152	S E Kurt	1,091
Skewness	,707		S E Skew	,564	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V529HA3 Hotel - sonst. 1, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	8	2,2	50,0	50,0	vollkommen glaubwürdig	
2	5	1,4	31,3	81,3	eher glaubwürdig	
3	3	,8	18,8	100,0	mäßig glaubwürdig	
,	344	95,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,688		Median	1,500	Mode	1,000
Std dev	,793		Kurtosis	-1,006	S E Kurt	1,091
Skewness	,662		S E Skew	,564	Minimum	1,000
Maximum	3,000					

V529HB Hotel - sonst. 2 zwar
STRING

V529HB1 Hotel - sonst. 2, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
3	1	,3	100,0	100,0	mäßiger Aufwand	
,	358	99,4	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,000		Mode	3,000	Minimum	3,000
Maximum	3,000					

V529HB2 Hotel - sonst. 2, wie ergiebig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
3	1	,3	100,0	100,0	einigermaßen ausreichend
,	358	99,4	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,000		Mode	3,000	Minimum 3,000
Maximum	3,000				

V529HB3 Hotel - sonst. 2, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
3	1	,3	100,0	100,0	mäßig glaubwürdig
,	358	99,4	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,000		Mode	3,000	Minimum 3,000
Maximum	3,000				

5.30 Wie wichtig war es für Sie, sich über Ihr Hotel / Ihre Unterkunft zu informieren?

V530 Wichtigkeit - Info Hotel

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	89	24,7	32,0	32,0	sehr wichtig
2	82	22,8	29,5	61,5	eher wichtig
3	60	16,7	21,6	83,1	mäßig wichtig
4	21	5,8	7,6	90,6	eher unwichtig
5	26	7,2	9,4	100,0	unwichtig
,	81	22,5	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,327		Median	2,000	Mode 1,000
Std dev	1,256		Kurtosis	-,396	S E Kurt ,291
Skewness	,737		S E Skew	,146	Minimum 1,000
Maximum	5,000				

[SEITE 20]

5.31 Wie haben Sie sich über Landschaft und Klima Ihres Reiseziels und die Mentalität der ansässigen Bevölkerung informiert?

V531A Land - informiert?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	218	60,6	78,4	78,4	nein [Siehe Variable V533A1]
1	60	16,7	21,6	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	82	22,8	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,216		Median	,000	Mode ,000
Std dev	,412		Kurtosis	-,071	S E Kurt ,291
Skewness	1,389		S E Skew	,146	Minimum ,000
Maximum	1,000				

V531A1 Land - nicht informiert weil
STRING

V531B Land - Reisebüro

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	173	48,1	79,4	79,4 nein	
1	45	12,5	20,6	100,0 ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	142	39,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,206	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,406	Kurtosis	,135	S E Kurt	,328
Skewness	1,461	S E Skew	,165	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V531B1 Land - RB, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	8	2,2	17,8	17,8 mit sehr großem Aufwand	
2	6	1,7	13,3	31,1 mit eher großem Aufwand	
3	20	5,6	44,4	75,6 mit mäßigem Aufwand	
4	6	1,7	13,3	88,9 mit eher geringem Aufwand	
5	5	1,4	11,1	100,0 mit sehr geringem Aufwand	
,	315	87,5	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,867	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,198	Kurtosis	-,514	S E Kurt	,695
Skewness	,019	S E Skew	,354	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531B2 Land - RB, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	20	5,6	45,5	45,5 voll und ganz	
2	21	5,8	47,7	93,2 überwiegend	
3	3	,8	6,8	100,0 einigermaßen	
,	315	87,5	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,614	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,618	Kurtosis	-,587	S E Kurt	,702
Skewness	,473	S E Skew	,357	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V531B3 Land - RB, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	21	5,8	47,7	47,7 vollkommen glaubwürdig	
2	19	5,3	43,2	90,9 eher glaubwürdig	
3	4	1,1	9,1	100,0 mäßig glaubwürdig	
,	315	87,5	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,614	Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	,655	Kurtosis	-,576	S E Kurt	,702
Skewness	,599	S E Skew	,357	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V531C Land - Kataloge

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	117	32,5	53,7	53,7	nein
1	101	28,1	46,3	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	142	39,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,463	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,500	Kurtosis	-1,996	S E Kurt	,328
Skewness	,148	S E Skew	,165	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V531C1 Land - Kataloge, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	12	3,3	12,1	12,1	mit sehr großem Aufwand
2	28	7,8	28,3	40,4	mit eher großem Aufwand
3	33	9,2	33,3	73,7	mit mäßigem Aufwand
4	21	5,8	21,2	94,9	mit eher geringem Aufwand
5	5	1,4	5,1	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	259	71,9	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,788	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,072	Kurtosis	-,639	S E Kurt	,481
Skewness	,081	S E Skew	,243	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531C2 Land - Kataloge, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	12	3,3	12,1	12,1	voll und ganz
2	50	13,9	50,5	62,6	überwiegend
3	27	7,5	27,3	89,9	einigermaßen
4	5	1,4	5,1	94,9	kaum ausreichend
5	5	1,4	5,1	100,0	nicht ausreichend
,	259	71,9	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,404	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,947	Kurtosis	1,104	S E Kurt	,481
Skewness	,945	S E Skew	,243	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531C3 Land - Kataloge, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	17	4,7	17,2	17,2	vollkommen glaubwürdig
2	55	15,3	55,6	72,7	eher glaubwürdig
3	25	6,9	25,3	98,0	mäßig glaubwürdig
4	2	,6	2,0	100,0	eher unglaubwürdig
,	259	71,9	Missing		
9	2	,6	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,121	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,704	Kurtosis	-,145	S E Kurt	,481
Skewness	,184	S E Skew	,243	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V531D Land - Freunde

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	129	35,8	59,2	59,2 nein	
1	89	24,7	40,8	100,0 ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	142	39,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,408	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,493	Kurtosis	-1,876	S E Kurt	,328
Skewness	,376	S E Skew	,165	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V531D1 Land - Freunde, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	5	1,4	5,6	5,6 mit sehr großem Aufwand	
2	19	5,3	21,3	27,0 mit eher großem Aufwand	
3	35	9,7	39,3	66,3 mit mäßigem Aufwand	
4	22	6,1	24,7	91,0 mit eher geringem Aufwand	
5	8	2,2	9,0	100,0 mit sehr geringem Aufwand	
,	271	75,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,101	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,023	Kurtosis	-,397	S E Kurt	,506
Skewness	-,011	S E Skew	,255	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531D2 Land - Freunde, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	28	7,8	31,8	31,8 voll und ganz	
2	41	11,4	46,6	78,4 überwiegend	
3	16	4,4	18,2	96,6 einigermaßen	
4	3	,8	3,4	100,0 kaum ausreichend	
,	271	75,3	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,932	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,799	Kurtosis	-,186	S E Kurt	,508
Skewness	,539	S E Skew	,257	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V531D3 Land - Freunde, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	53	14,7	60,2	60,2 vollkommen glaubwürdig	
2	31	8,6	35,2	95,5 eher glaubwürdig	
3	4	1,1	4,5	100,0 mäßig glaubwürdig	
,	271	75,3	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,443	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,584	Kurtosis	-,096	S E Kurt	,508
Skewness	,933	S E Skew	,257	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V531E Land - Medien

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	175	48,6	80,3	80,3 nein	
1	43	11,9	19,7	100,0 ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	142	39,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,197	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,399	Kurtosis	,351	S E Kurt	,328
Skewness	1,532	S E Skew	,165	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V531E1 Land - Medien, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	6	1,7	14,0	14,0 mit sehr großem Aufwand	
2	7	1,9	16,3	30,2 mit eher großem Aufwand	
3	20	5,6	46,5	76,7 mit mäßigem Aufwand	
4	6	1,7	14,0	90,7 mit eher geringem Aufwand	
5	4	1,1	9,3	100,0 mit sehr geringem Aufwand	
,	317	88,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,884	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,117	Kurtosis	-,240	S E Kurt	,709
Skewness	,024	S E Skew	,361	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531E2 Land - Medien, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	7	1,9	16,7	16,7 voll und ganz	
2	20	5,6	47,6	64,3 überwiegend	
3	15	4,2	35,7	100,0 einigermaßen	
,	317	88,1	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,190	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,707	Kurtosis	-,909	S E Kurt	,717
Skewness	-,290	S E Skew	,365	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V531E3 Land - Medien, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	10	2,8	23,8	23,8 vollkommen glaubwürdig	
2	27	7,5	64,3	88,1 eher glaubwürdig	
3	4	1,1	9,5	97,6 mäßig glaubwürdig	
4	1	,3	2,4	100,0 eher unglaubwürdig	
,	317	88,1	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,905	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,656	Kurtosis	1,619	S E Kurt	,717
Skewness	,643	S E Skew	,365	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V531F Land - Printmedien

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	62	17,2	28,3	28,3	nein
1	157	43,6	71,7	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	141	39,2	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,717	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,452	Kurtosis	-1,070	S E Kurt	,327
Skewness	-,970	S E Skew	,164	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V531F1 Land - Printmedien, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	22	6,1	14,1	14,1	mit sehr großem Aufwand
2	60	16,7	38,5	52,6	mit eher großem Aufwand
3	55	15,3	35,3	87,8	mit mäßigem Aufwand
4	14	3,9	9,0	96,8	mit eher geringem Aufwand
5	5	1,4	3,2	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	203	56,4	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,487	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,954	Kurtosis	,082	S E Kurt	,386
Skewness	,421	S E Skew	,194	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531F2 Land - Printmedien, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	46	12,8	29,5	29,5	voll und ganz
2	79	21,9	50,6	80,1	überwiegend
3	30	8,3	19,2	99,4	einigermaßen
4	1	,3	,6	100,0	kaum ausreichend
,	203	56,4	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,910	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,713	Kurtosis	-,643	S E Kurt	,386
Skewness	,240	S E Skew	,194	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V531F3 Land - Printmedien, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	48	13,3	30,8	30,8	vollkommen glaubwürdig
2	97	26,9	62,2	92,9	eher glaubwürdig
3	9	2,5	5,8	98,7	mäßig glaubwürdig
4	1	,3	,6	99,4	eher unglaubwürdig
5	1	,3	,6	100,0	ganz und gar unglaubwürdig
,	203	56,4	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,782	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,635	Kurtosis	3,908	S E Kurt	,386
Skewness	,982	S E Skew	,194	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531G Land - Internet

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	209	58,1	95,9	95,9	nein
1	9	2,5	4,1	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	142	39,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,041	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,199	Kurtosis	19,743	S E Kurt	,328
Skewness	4,643	S E Skew	,165	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V531G1 Land - Internet, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
2	1	,3	11,1	11,1	mit eher großem Aufwand
3	4	1,1	44,4	55,6	mit mäßigem Aufwand
4	3	,8	33,3	88,9	mit eher geringem Aufwand
5	1	,3	11,1	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	351	97,5	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,444	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,882	Kurtosis	,144	S E Kurt	1,400
Skewness	,214	S E Skew	,717	Minimum	2,000
Maximum	5,000				

V531G2 Land - Internet, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	1	,3	12,5	12,5	voll und ganz
2	4	1,1	50,0	62,5	überwiegend
3	1	,3	12,5	75,0	einigermaßen
4	2	,6	25,0	100,0	kaum ausreichend
,	351	97,5	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,500	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,069	Kurtosis	-,831	S E Kurt	1,481
Skewness	,468	S E Skew	,752	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

V531G3 Land - Internet, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	2	,6	25,0	25,0	vollkommen glaubwürdig
2	4	1,1	50,0	75,0	eher glaubwürdig
3	2	,6	25,0	100,0	mäßig glaubwürdig
,	351	97,5	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,000	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,756	Kurtosis	-,700	S E Kurt	1,481
Skewness	,000	S E Skew	,752	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V531H Land - sonstiges

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	207	57,5	95,0	95,0	nein
1	11	3,1	5,0	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	142	39,4	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,050	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,219	Kurtosis	15,246	S E Kurt	,328
Skewness	4,136	S E Skew	,165	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V531HA Land - sonst. 1 zwar
STRING

V531HA1 Land - sonst. 1, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	2	,6	22,2	22,2	mit sehr großem Aufwand
2	2	,6	22,2	44,4	mit eher großem Aufwand
3	3	,8	33,3	77,8	mit mäßigem Aufwand
5	2	,6	22,2	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	350	97,2	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,778	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,481	Kurtosis	-,706	S E Kurt	1,400
Skewness	,485	S E Skew	,717	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V531HA2 Land - sonst. 1, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	5	1,4	55,6	55,6	voll und ganz
2	3	,8	33,3	88,9	überwiegend
3	1	,3	11,1	100,0	einigermaßen
,	350	97,2	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,556	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,726	Kurtosis	,185	S E Kurt	1,400
Skewness	1,014	S E Skew	,717	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V531HA3 Land - sonst. 1, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	4	1,1	44,4	44,4	vollkommen glaubwürdig
2	4	1,1	44,4	88,9	eher glaubwürdig
3	1	,3	11,1	100,0	mäßig glaubwürdig
,	350	97,2	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,667	Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	,707	Kurtosis	-,286	S E Kurt	1,400
Skewness	,606	S E Skew	,717	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V531HB Land - sonst. 2 zwar
STRING

V531HB1 Land - sonst. 2, Aufwand

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	,	360	100,0	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

V531HB2 Land - sonst. 2, wie ausreichend

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	,	360	100,0	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

V531HB3 Land - sonst. 2, wie glaubwürdig

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	,	360	100,0	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

5.32 Wie wichtig war es für Sie, sich über die Landschaft und das Klima Ihres Reiseziels und die Mentalität der ansässigen Bevölkerung zu informieren?

V532 Wichtigkeit - Info Land

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	101	28,1	36,3	36,3	sehr wichtig	
2	98	27,2	35,3	71,6	eher wichtig	
3	38	10,6	13,7	85,3	mäßig wichtig	
4	19	5,3	6,8	92,1	eher unwichtig	
5	22	6,1	7,9	100,0	unwichtig	
,	81	22,5	Missing			
9	1	,3	Missing			
Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,147		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,212		Kurtosis	,173	S E Kurt	,291
Skewness	1,025		S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

[SEITE 19]

5.33 Wie haben Sie sich über Kultur- und Freizeitangebote informiert?

V533A Kultur - informiert?

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	224	62,2	80,6	80,6	nein [Siehe Variable V533A1]	
1	54	15,0	19,4	100,0	ja	
,	82	22,8	Missing			
Total	360	100,0	100,0			
Mean	,194		Median	,000	Mode	,000
Std dev	,396		Kurtosis	,418	S E Kurt	,291
Skewness	1,554		S E Skew	,146	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V533A1 Kultur - nicht informiert, weil
STRING

V533B Kultur - Reisebüro

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	163	45,3	73,1	73,1	nein
1	60	16,7	26,9	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	137	38,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,269	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,444	Kurtosis	-,909	S E Kurt	,324
Skewness	1,049	S E Skew	,163	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V533B1 Kultur - RB, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	7	1,9	11,7	11,7	mit sehr großem Aufwand
2	11	3,1	18,3	30,0	mit eher großem Aufwand
3	18	5,0	30,0	60,0	mit mäßigem Aufwand
4	14	3,9	23,3	83,3	mit eher geringem Aufwand
5	10	2,8	16,7	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	300	83,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,150	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,246	Kurtosis	-,878	S E Kurt	,608
Skewness	-,131	S E Skew	,309	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V533B2 Kultur - RB, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	14	3,9	23,7	23,7	voll und ganz
2	31	8,6	52,5	76,3	überwiegend
3	12	3,3	20,3	96,6	einigermaßen
4	1	,3	1,7	98,3	kaum ausreichend
5	1	,3	1,7	100,0	nicht ausreichend
,	300	83,3	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,051	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,818	Kurtosis	1,821	S E Kurt	,613
Skewness	,881	S E Skew	,311	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V533B3 Kultur - RB, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	18	5,0	30,5	30,5	vollkommen glaubwürdig	
2	32	8,9	54,2	84,7	eher glaubwürdig	
3	8	2,2	13,6	98,3	mäßig glaubwürdig	
4	1	,3	1,7	100,0	eher unglaubwürdig	
.	300	83,3	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,864		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,706		Kurtosis	,236	S E Kurt	,613
Skewness	,502		S E Skew	,311	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V533C Kultur - Kataloge

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	128	35,6	57,4	57,4	nein	
1	95	26,4	42,6	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
.	137	38,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	,426		Median	,000	Mode	,000
Std dev	,496		Kurtosis	-1,927	S E Kurt	,324
Skewness	,301		S E Skew	,163	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V533C1 Kultur - Kataloge, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	8	2,2	8,5	8,5	mit sehr großem Aufwand	
2	20	5,6	21,3	29,8	mit eher großem Aufwand	
3	41	11,4	43,6	73,4	mit mäßigem Aufwand	
4	22	6,1	23,4	96,8	mit eher geringem Aufwand	
5	3	,8	3,2	100,0	mit sehr geringem Aufwand	
.	265	73,6	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,915		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,958		Kurtosis	-,254	S E Kurt	,493
Skewness	-,202		S E Skew	,249	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V533C2 Kultur - Kataloge, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	10	2,8	10,6	10,6	voll und ganz	
2	46	12,8	48,9	59,6	überwiegend	
3	26	7,2	27,7	87,2	einigermaßen	
4	11	3,1	11,7	98,9	kaum ausreichend	
5	1	,3	1,1	100,0	nicht ausreichend	
.	265	73,6	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,436		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,874		Kurtosis	-,043	S E Kurt	,493
Skewness	,495		S E Skew	,249	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V533C3 Kultur - Kataloge, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	14	3,9	14,9	14,9	vollkommen glaubwürdig	
2	50	13,9	53,2	68,1	eher glaubwürdig	
3	28	7,8	29,8	97,9	mäßig glaubwürdig	
4	2	,6	2,1	100,0	eher unglaubwürdig	
.	265	73,6	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,191		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,708		Kurtosis	-,278	S E Kurt	,493
Skewness	,081		S E Skew	,249	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V533D Kultur - Freunde

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	168	46,7	75,3	75,3	nein	
1	55	15,3	24,7	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
.	137	38,1	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	,247		Median	,000	Mode	,000
Std dev	,432		Kurtosis	-,605	S E Kurt	,324
Skewness	1,184		S E Skew	,163	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V533D1 Kultur - Freunde, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	5	1,4	9,3	9,3	mit sehr großem Aufwand	
2	15	4,2	27,8	37,0	mit eher großem Aufwand	
3	14	3,9	25,9	63,0	mit mäßigem Aufwand	
4	12	3,3	22,2	85,2	mit eher geringem Aufwand	
5	8	2,2	14,8	100,0	mit sehr geringem Aufwand	
.	305	84,7	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,056		Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	1,220		Kurtosis	-,964	S E Kurt	,639
Skewness	,085		S E Skew	,325	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V533D2 Kultur - Freunde, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	19	5,3	35,8	35,8	voll und ganz	
2	24	6,7	45,3	81,1	überwiegend	
3	8	2,2	15,1	96,2	einigermaßen	
4	2	,6	3,8	100,0	kaum ausreichend	
.	305	84,7	Missing			
9	2	,6	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,868		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,810		Kurtosis	,099	S E Kurt	,644
Skewness	,702		S E Skew	,327	Minimum	1,000
Maximum	4,000					

V533D3 Kultur - Freunde, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	30	8,3	56,6	56,6	vollkommen glaubwürdig	
2	22	6,1	41,5	98,1	eher glaubwürdig	
3	1	,3	1,9	100,0	mäßig glaubwürdig	
,	305	84,7	Missing			
9	2	,6	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,453		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,539		Kurtosis	-,897	S E Kurt	,644
Skewness	,576		S E Skew	,327	Minimum	1,000
Maximum	3,000					

V533E Kultur - Medien

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	199	55,3	89,2	89,2	nein	
1	24	6,7	10,8	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	137	38,1	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	,108		Median	,000	Mode	,000
Std dev	,311		Kurtosis	4,540	S E Kurt	,324
Skewness	2,549		S E Skew	,163	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V533E1 Kultur - Medien, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	2	,6	8,0	8,0	mit sehr großem Aufwand	
2	4	1,1	16,0	24,0	mit eher großem Aufwand	
3	14	3,9	56,0	80,0	mit mäßigem Aufwand	
4	2	,6	8,0	88,0	mit eher geringem Aufwand	
5	3	,8	12,0	100,0	mit sehr geringem Aufwand	
,	335	93,1	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	3,000		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,041		Kurtosis	,507	S E Kurt	,902
Skewness	,241		S E Skew	,464	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V533E2 Kultur - Medien, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	3	,8	12,5	12,5	voll und ganz	
2	12	3,3	50,0	62,5	überwiegend	
3	7	1,9	29,2	91,7	einigermaßen	
4	1	,3	4,2	95,8	kaum ausreichend	
5	1	,3	4,2	100,0	nicht ausreichend	
,	335	93,1	Missing			
9	1	,3	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,375		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,924		Kurtosis	1,721	S E Kurt	,918
Skewness	,942		S E Skew	,472	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V533E3 Kultur - Medien, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	9	2,5	37,5	37,5	vollkommen glaubwürdig	
2	12	3,3	50,0	87,5	eher glaubwürdig	
3	3	,8	12,5	100,0	mäßig glaubwürdig	
,	335	93,1	Missing			
9	1	,3	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	1,750		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,676		Kurtosis	-,666	S E Kurt	,918
Skewness	,346		S E Skew	,472	Minimum	1,000
Maximum	3,000					

V533F Kultur - Printmedien

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	109	30,3	48,7	48,7	nein	
1	115	31,9	51,3	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]	
,	136	37,8	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	,513		Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,501		Kurtosis	-2,015	S E Kurt	,324
Skewness	-,054		S E Skew	,163	Minimum	,000
Maximum	1,000					

V533F1 Kultur - Printmedien, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	16	4,4	13,9	13,9	mit sehr großem Aufwand	
2	31	8,6	27,0	40,9	mit eher großem Aufwand	
3	52	14,4	45,2	86,1	mit mäßigem Aufwand	
4	12	3,3	10,4	96,5	mit eher geringem Aufwand	
5	4	1,1	3,5	100,0	mit sehr geringem Aufwand	
,	245	68,1	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,626		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,968		Kurtosis	-,059	S E Kurt	,447
Skewness	,108		S E Skew	,226	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V533F2 Kultur - Printmedien, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	26	7,2	22,6	22,6	voll und ganz	
2	57	15,8	49,6	72,2	überwiegend	
3	30	8,3	26,1	98,3	einigermaßen	
4	1	,3	,9	99,1	kaum ausreichend	
5	1	,3	,9	100,0	nicht ausreichend	
,	245	68,1	Missing			
<hr/>						
Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,078		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,774		Kurtosis	,611	S E Kurt	,447
Skewness	,441		S E Skew	,226	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

V533F3 Kult - Printmedien, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	33	9,2	28,7	28,7	vollkommen glaubwürdig
2	64	17,8	55,7	84,3	eher glaubwürdig
3	16	4,4	13,9	98,3	mäßig glaubwürdig
4	1	,3	,9	99,1	eher unglaubwürdig
5	1	,3	,9	100,0	ganz und gar unglaubwürdig
,	245	68,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,896	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,730	Kurtosis	2,049	S E Kurt	,447
Skewness	,853	S E Skew	,226	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V533G Kultur - Internet

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	217	60,3	97,3	97,3	nein
1	6	1,7	2,7	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	137	38,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,027	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,162	Kurtosis	32,955	S E Kurt	,324
Skewness	5,887	S E Skew	,163	Minimum	,000
Maximum	1,000				

V533G1 Kultur - Internet, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
2	2	,6	33,3	33,3	mit eher großem Aufwand
4	2	,6	33,3	66,7	mit eher geringem Aufwand
5	2	,6	33,3	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	354	98,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,667	Median	4,000	Mode	2,000
Std dev	1,366	Kurtosis	-1,875	S E Kurt	1,741
Skewness	-,523	S E Skew	,845	Minimum	2,000
Maximum	5,000				

V533G2 Kultur - Internet, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	1	,3	20,0	20,0	voll und ganz
2	3	,8	60,0	80,0	überwiegend
3	1	,3	20,0	100,0	einigermaßen
,	354	98,3	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	2,000	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,707	Kurtosis	2,000	S E Kurt	2,000
Skewness	,000	S E Skew	,913	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

V533G3 Kultur - Internet, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	3	,8	60,0	60,0	vollkommen glaubwürdig
2	2	,6	40,0	100,0	eher glaubwürdig
,	354	98,3	Missing		
9	1	,3	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,400		Median	1,000	Mode
Std dev	,548		Kurtosis	-3,333	S E Kurt
Skewness	,609		S E Skew	,913	Minimum
Maximum	2,000				

V533H Kultur - sonstiges

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	190	52,8	85,2	85,2	nein
1	33	9,2	14,8	100,0	ja [Siehe folgende drei Teilfragen 1 bis 3]
,	137	38,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	,148		Median	,000	Mode
Std dev	,356		Kurtosis	2,003	S E Kurt
Skewness	1,996		S E Skew	,163	Minimum
Maximum	1,000				

V533HA Kultur - sonst. 1 zwar
STRING

V533HA1 Kultur - sonst. 1, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	2	,6	6,9	6,9	mit sehr großem Aufwand
2	3	,8	10,3	17,2	mit eher großem Aufwand
3	8	2,2	27,6	44,8	mit mäßigem Aufwand
4	11	3,1	37,9	82,8	mit eher geringem Aufwand
5	5	1,4	17,2	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	327	90,8	Missing		
9	4	1,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	3,483		Median	4,000	Mode
Std dev	1,122		Kurtosis	-,048	S E Kurt
Skewness	-,606		S E Skew	,434	Minimum
Maximum	5,000				

V533HA2 Kultur - sonst. 1, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	9	2,5	31,0	31,0	voll und ganz
2	16	4,4	55,2	86,2	überwiegend
3	3	,8	10,3	96,6	einigermaßen
4	1	,3	3,4	100,0	kaum ausreichend
,	327	90,8	Missing		
9	4	1,1	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,862		Median	2,000	Mode
Std dev	,743		Kurtosis	1,142	S E Kurt
Skewness	,793		S E Skew	,434	Minimum
Maximum	4,000				

V533HA3 Kultur - sonst. 1, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	15	4,2	51,7	51,7	vollkommen glaubwürdig
2	12	3,3	41,4	93,1	eher glaubwürdig
3	2	,6	6,9	100,0	mäßig glaubwürdig
,	327	90,8	Missing		
9	4	1,1	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,552		Median	1,000	Mode
Std dev	,632		Kurtosis	-,383	S E Kurt
Skewness	,706		S E Skew	,434	Minimum
Maximum	3,000				1,000

V533HB Kultur - sonst. 2
STRING

V533HB1 Kultur - sonst. 2, Aufwand

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
5	1	,3	100,0	100,0	mit sehr geringem Aufwand
,	359	99,7	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	5,000		Mode	5,000	Minimum
Maximum	5,000				5,000

V533HB2 Kultur - sonst. 2, wie ausreichend

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	1	,3	100,0	100,0	voll und ganz ausreichend
,	359	99,7	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,000		Mode	1,000	Minimum
Maximum	1,000				1,000

V533HB3 Kultur - sonst. 2, wie glaubwürdig

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	1	,3	100,0	100,0	vollkommen glaubwürdig
,	359	99,7	Missing		
<hr/>					
Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,000		Mode	1,000	Minimum
Maximum	1,000				1,000

5.34 Wie wichtig war es für Sie, sich über Kultur- und Freizeitangebote Ihres Reiseziels zu informieren?

V534 Wichtigkeit - Info Kultur

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	67	18,6	24,1	24,1	sehr wichtig	
2	98	27,2	35,3	59,4	eher wichtig	
3	59	16,4	21,2	80,6	mäßig wichtig	
4	30	8,3	10,8	91,4	eher unwichtig	
5	24	6,7	8,6	100,0	unwichtig	
,	81	22,5	Missing			
9	1	,3	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,446		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,212		Kurtosis	-,468	S E Kurt	,291
Skewness	,636		S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

[SEITE 21]

5.35 Ganz allgemein, welche Informationsquelle war für Sie die wichtigste bei der Planung Ihres Urlaubs? (Sie können mehrere aufzählen, bitte ordnen Sie sie aber nach der Wichtigkeit)

V535 wichtigste IQ
STRING

5.36 Wie denken Sie an diesen Urlaub zurück?

V536 an Urlaub denken

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	53	14,7	19,0	19,0	Ich würde alles tun, diesen Urlaub noch einmal zu erleben	
2	175	48,6	62,7	81,7	Der Urlaub war gelungen	
3	37	10,3	13,3	95,0	Ich hatte schon bessere, dieser war aber nicht schlecht	
4	12	3,3	4,3	99,3	Ich denke viel lieber an andere Urlaube zurück	
5	2	,6	,7	100,0	Dieser Urlaub war rausgeschmissenes Geld	
,	81	22,5	Missing			

Total	360	100,0	100,0			
Mean	2,050		Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,747		Kurtosis	1,908	S E Kurt	,291
Skewness	,960		S E Skew	,146	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

6 Freunde, Familie und Bekannte

6.1 Wie eingangs erwähnt, untersuchen wir in dieser Erhebung die Rolle, die Freunde, Familie und Bekannte bei schwierigen Alltagsentscheidungen spielen.

Bitte schauen Sie noch einmal in das von Ihnen ausgefüllte Namensschema. Fehlen dabei noch Personen, mit denen Sie normalerweise über wichtige private Entscheidungen oder Probleme sprechen oder die aus anderen Gründen sehr wichtig für Sie sind?

Bitte tragen Sie auch diese Personen in des Namenschema ein. [Siehe Teil B.4 - Variablen F2.5_N bis F6.1_N]

Zum Abschluß möchten wir gerne noch etwas mehr über die Personen erfahren, die Sie in das Namensschema eingetragen haben.

6.2 Welche Namen bzw. Initialen sind welche Beziehung für Sie? Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte A** im Namensschema ein.

[Datenbeschreibung: Teil B.2]

[SEITE 22]

6.3 Können Sie mir auch sagen, ob diese Personen Männer oder Frauen sind?
Bitte tragen Sie "W" für Frauen und "M" für Männer in **Spalte B** im Namensschema ein.

[Datenbeschreibung: Teil B.2]

6.4 Wie alt sind die genannten Personen ungefähr? Bitte tragen Sie die Altersgruppe in **Spalte C** im Namensschema ein.

[Datenbeschreibung: Teil B.2]

6.5 Und wie verbunden fühlen Sie sich mit diesen Personen? Bitte tragen Sie diese Angaben in Spalte D im Namensschema ein.

[Datenbeschreibung: Teil B.2]

6.6 Wie oft treffen Sie sich mit den genannten Personen ungefähr? Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte E** im Namensschema ein.

[Datenbeschreibung: Teil B.2]

6.7 Wie weit wohnen die genannten Personen von Ihnen entfernt? Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte F** im Namensschema ein.

[Datenbeschreibung: Teil B.2]

6.8 Was glauben Sie, welche Partei die genannte Person wählen würde, wenn nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre?
Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte G** im Namensschema ein.

[Datenbeschreibung: Teil B.2]

B.2. Netzwerkgenerator [Datensatz: K99nw v1.sav]

[EXTRABLATT 1]

NAMENSSCHEMA

Person (Vorname, Initiale)	WICHTIG ! Bei welchen Fragen spielte diese Person eine Rolle?
1. _____	
2. _____	
3. _____	
4. _____	
5. _____	
...	

Datenbeschreibung:

NW_NR Nr. im Netzwerk

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	2	,1	,1	,1
	1	354	18,7	18,7	18,8
	2	323	17,1	17,1	35,9
...					
	17	3	,2	,2	99,9
	18	1	,1	,1	99,9
	19	1	,1	,1	100,0
	Total	1889	100,0	100,0	
Mean	4,131	Median	3,000	Mode	1,000
Std dev	2,977	Kurtosis	2,241	S E Kurt	,113
Skewness	1,375	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	19,000				

'Person': ist nicht im Datensatz enthalten

'Bei welchen Fragen...'

(Im Abschnitt B.4 geben die Variablen F2.5_N ... F6.1_N an, wie häufig welche Anzahl von Personen je Befragten bei dieser Frage genannt wurden.)

F2.5 Haushalt 2.5

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1533	81,2	81,4	81,4
ja	1	350	18,5	18,6	100,0
missing	,	3	,2	Missing	
	9	3	,2	Missing	
	Total	1889	100,0	100,0	
Mean	,186	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,389	Kurtosis	,613	S E Kurt	,113
Skewness	1,616	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F2.8 Miete 2.8

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1670	88,4	88,7	88,7
ja	1	213	11,3	11,3	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,113	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,317	Kurtosis	3,982	S E Kurt	,113
Skewness	2,445	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F2.17 Wohnungsbesichtigung 2.17

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1705	90,3	90,5	90,5
ja	1	178	9,4	9,5	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,095	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,293	Kurtosis	5,701	S E Kurt	,113
Skewness	2,774	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F2.18 Wohnungsinfo 2.18

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1786	94,5	94,8	94,8
ja	1	97	5,1	5,2	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,052	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,221	Kurtosis	14,508	S E Kurt	,113
Skewness	4,061	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F2.19 von Wohn. erfahren 2.19

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1823	96,5	96,8	96,8
ja	1	60	3,2	3,2	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,032	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,176	Kurtosis	26,490	S E Kurt	,113
Skewness	5,335	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F2.20 Bez. zu Vermieter 2.20

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1873	99,2	99,5	99,5
ja	1	10	,5	,5	100,0
missing	, 9	3 3	,2 ,2	Missing Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,005	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,073	Kurtosis	183,796	S E Kurt	,113
Skewness	13,624	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F2.26 Wohn. besichtigung 2.26

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1869	98,9	99,3	99,3
ja	1	13	,7	,7	100,0
missing	, 9	4 3	,2 ,2	Missing Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,007	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,083	Kurtosis	140,151	S E Kurt	,113
Skewness	11,916	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F2.27 Wohnungsinfo 2.27

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1839	97,4	97,7	97,7
ja	1	44	2,3	2,3	100,0
missing	, 9	3 3	,2 ,2	Missing Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,023	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,151	Kurtosis	37,923	S E Kurt	,113
Skewness	6,315	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F3.8 Einfl. auf Versicherung 3.8

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1609	85,2	85,4	85,4
ja	1	274	14,5	14,6	100,0
missing	, 9	3 3	,2 ,2	Missing Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,146	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,353	Kurtosis	2,051	S E Kurt	,113
Skewness	2,012	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F4.2 Zahnarzt 4.2

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1691	89,5	89,9	89,9
ja	1	191	10,1	10,1	100,0
,		4	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,101	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,302	Kurtosis	4,983	S E Kurt	,113
Skewness	2,641	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F4.13 p1 Probleme mit ZA 4.13

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1339	70,9	71,1	71,1
ja	1	543	28,7	28,9	100,0
,		4	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,289	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,453	Kurtosis	-1,128	S E Kurt	,113
Skewness	,934	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F5.6 mit im Urlaub 5.6

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1573	83,3	83,5	83,5
ja	1	310	16,4	16,5	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,165	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,371	Kurtosis	1,278	S E Kurt	,113
Skewness	1,810	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F5.19 Urlaub geplant 5.19

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1644	87,0	87,3	87,3
ja	1	239	12,7	12,7	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,127	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,333	Kurtosis	3,035	S E Kurt	,113
Skewness	2,243	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F5.21 Reisebüro 5.21

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1813	96,0	96,3	96,3
ja	1	70	3,7	3,7	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,037	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,189	Kurtosis	22,000	S E Kurt	,113
Skewness	4,897	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F5.29 Info Hotel 5.29

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1807	95,7	96,0	96,0
ja	1	76	4,0	4,0	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,040	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,197	Kurtosis	19,874	S E Kurt	,113
Skewness	4,675	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F5.31 Info Klima 5.31

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1737	92,0	92,2	92,2
ja	1	146	7,7	7,8	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,078	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,268	Kurtosis	8,006	S E Kurt	,113
Skewness	3,162	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

F5.33 Info Kultur 5.33

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	1800	95,3	95,6	95,6
ja	1	83	4,4	4,4	100,0
,		3	,2	Missing	
missing	9	3	,2	Missing	
Total		1889	100,0	100,0	
Mean	,044	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,205	Kurtosis	17,783	S E Kurt	,113
Skewness	4,446	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	1,000				

B. SEX Geschlecht

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
0	775	41,0	46,2	46,2	Mann
1	903	47,8	53,8	100,0	Frau
9	211	11,2	Missing		

Total	1889	100,0	100,0		
Mean	,538	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,499	Kurtosis	-1,979	S E Kurt	,119
Skewness	-,153	S E Skew	,060	Minimum	,000
Maximum	1,000				

C. ALTER Alter

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	115	6,1	6,1	6,1	bis 20
2	477	25,3	25,5	31,6	21 - 29
3	344	18,2	18,4	50,0	30 - 39
4	330	17,5	17,6	67,7	40 - 49
5	310	16,4	16,6	84,2	50 - 59
6	295	15,6	15,8	100,0	über 60
,	8	,4	Missing		
9	10	,5	Missing		

Total	1889	100,0	100,0		
Mean	3,603	Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	1,548	Kurtosis	-1,193	S E Kurt	,113
Skewness	,124	S E Skew	,057	Minimum	1,000
Maximum	6,000				

D. BINDG P1_Verbundenheit

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	85	4,5	4,5	4,5	überhaupt nicht intensiv
2	147	7,8	7,8	12,4	nicht besonders intensiv
3	406	21,5	21,7	34,1	'mittelmäßig' intensiv
4	529	28,0	28,2	62,3	ziemlich intensiv
5	706	37,4	37,7	100,0	sehr intensiv
,	7	,4	Missing		
9	9	,5	Missing		

Total	1889	100,0	100,0		
Mean	3,867	Median	4,000	Mode	5,000
Std dev	1,140	Kurtosis	-,172	S E Kurt	,113
Skewness	-,793	S E Skew	,057	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

E. KONT P1_Kontakt

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	465	24,6	24,9	24,9	täglich	
2	404	21,4	21,6	46,5	mehrmals wöchentlich	
3	517	27,4	27,6	74,1	mehrmals monatlich	
4	368	19,5	19,7	93,8	mehrmals im Jahr	
5	116	6,1	6,2	100,0	seltener	
,	7	,4	Missing			
9	12	,6	Missing			

Total	1889	100,0	100,0			
Mean	2,607		Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	1,226		Kurtosis	-1,017	S E Kurt	,113
Skewness	,172		S E Skew	,057	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

F. ENTF P1_Entfernung

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
1	581	30,8	31,1	31,1	weniger als 1 km (unmittelbare Nachbarschaft)	
2	314	16,6	16,8	48,0	1 - 5 km (in der Gegend)	
3	437	23,1	23,4	71,4	ca. 6 - 15 km (auch in Leipzig)	
4	249	13,2	13,3	84,7	16 - 100 km (Umgebung von Leipzig)	
5	285	15,1	15,3	100,0	über 100 km	
,	8	,4	Missing			
9	15	,8	Missing			

Total	1889	100,0	100,0			
Mean	2,648		Median	3,000	Mode	1,000
Std dev	1,427		Kurtosis	-1,199	S E Kurt	,113
Skewness	,306		S E Skew	,057	Minimum	1,000
Maximum	5,000					

G. WAHL P1_Wahlfrage

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent		
0	1	,1	,1	,1		
1	426	22,6	33,7	33,8	SPD	
2	414	21,9	32,8	66,6	CDU	
3	151	8,0	12,0	78,5	Bündnis 90 / Die Grünen	
4	22	1,2	1,7	80,3	FDP	
5	198	10,5	15,7	96,0	PDS	
6	5	,3	,4	96,4	NPD	
7	45	2,4	3,6	99,9	eine andere Partei, und zwar	
8	1	,1	,1	100,0		
,	36	1,9	Missing			
9	590	31,2	Missing			

Total	1889	100,0	100,0			
Mean	2,485		Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,640		Kurtosis	,356	S E Kurt	,138
Skewness	1,137		S E Skew	,069	Minimum	,000
Maximum	8,000					

Besonderheiten:

'Rolle': siehe auch Abschnitt B.4 - Variablen H.PARTN bis H.NACHBA

B.3. Kontaktblatt

[EXTRABLATT 3 - Daten im Hauptdatensatz: K99_v1.sav]

0.1 Geschlecht des Befragten:

V01 Geschlecht

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Mann	1	170	47,2	47,9	47,9
Frau	2	185	51,4	52,1	100,0
	,	2	,6	Missing	
	9	3	,8	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	1,521	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,500	Kurtosis	-2,004	S E Kurt	,258
Skewness	-,085	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

0.2 Postleitzahl: _____

V02 PLZ

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	3417	1	,3	,3	,3
	4103	16	4,4	4,6	4,9
...					
	4451	1	,3	,3	99,7
	9999	1	,3	,3	100,0
missing	99999	12	3,3	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	4240,756	Median	4209,000	Mode	4207,000
Std dev	322,590	Kurtosis	294,779	S E Kurt	,261
Skewness	16,429	S E Skew	,131	Minimum	3417,000
Maximum	9999,000				

0.3 Datum des Interviews: _____

V03A Datum - Tag

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	6	1,7	1,7	1,7
	2	12	3,3	3,4	5,1
...					
	29	6	1,7	1,7	96,6
	30	9	2,5	2,6	99,1
	31	3	,8	,9	100,0
	,	1	,3	Missing	
	99	7	1,9	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	15,844	Median	16,000	Mode	22,000
Std dev	8,253	Kurtosis	-1,117	S E Kurt	,259
Skewness	-,041	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	31,000				

V03B Datum - Mnat

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	2	16	4,4	4,6	4,6
	3	114	31,7	32,5	37,0
...					
	8	1	,3	,3	99,1
	9	3	,8	,9	100,0
	,	1	,3	Missing	
	99	8	2,2	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

Mean	4,419	Median	4,000	Mode	3,000
Std dev	1,509	Kurtosis	-,597	S E Kurt	,260
Skewness	,492	S E Skew	,130	Minimum	2,000
Maximum	9,000				

0.4 Dauer des Interviews von _____ bis _____

V04A Dauer von Stunde

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	8	5	1,4	1,4	1,4
	9	14	3,9	4,0	5,4
...					
	22	2	,6	,6	99,7
	23	1	,3	,3	100,0
	,	1	,3	Missing	
	99	6	1,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

Mean	15,439	Median	16,000	Mode	18,000
Std dev	3,461	Kurtosis	-,878	S E Kurt	,259
Skewness	-,453	S E Skew	,130	Minimum	8,000
Maximum	23,000				

V04B Dauer von Min.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	223	61,9	63,2	63,2
	5	5	1,4	1,4	64,6
...					
	50	13	3,6	3,7	99,4
	55	2	,6	,6	100,0
	,	1	,3	Missing	
	99	6	1,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

Mean	10,671	Median	,000	Mode	,000
Std dev	16,115	Kurtosis	,083	S E Kurt	,259
Skewness	1,216	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	55,000				

V04C Dauer bis Stunde

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	8	3	,8	,8	,8
	9	7	1,9	2,0	2,8
...					
	21	13	3,6	3,7	99,2
	22	1	,3	,3	99,4
	23	2	,6	,6	100,0
	,	1	,3	Missing	
	99	6	1,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

Mean	15,955	Median	17,000	Mode	19,000
Std dev	3,403	Kurtosis	-,847	S E Kurt	,259
Skewness	-,436	S E Skew	,130	Minimum	8,000
Maximum	23,000				

V04D Dauer bis Min.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	79	21,9	22,4	22,4
	5	2	,6	,6	22,9
	9	4	1,1	1,1	24,1
...					
	50	21	5,8	5,9	97,5
	55	9	2,5	2,5	100,0
	,	1	,3	Missing	
	99	6	1,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	

Mean	25,618	Median	30,000	Mode	,000
Std dev	17,996	Kurtosis	-1,357	S E Kurt	,259
Skewness	-,185	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	55,000				

0.5 Wie freundlich war der Befragte?

V05 wie freundlich

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	193	53,6	55,1	55,1	sehr freundlich
2	116	32,2	33,1	88,3	freundlich
3	38	10,6	10,9	99,1	neutral
4	3	,8	,9	100,0	unfreundlich
,	1	,3	Missing		
9	9	2,5	Missing		
Total	360	100,0	100,0		

Mean	1,574	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,717	Kurtosis	,120	S E Kurt	,260
Skewness	,979	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

0.6 Wie ernst nahm der Befragte das Interview?

V06 wie ernst

Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent	
1	139	38,6	39,6	39,6	sehr ernst
2	155	43,1	44,2	83,8	ernst
3	51	14,2	14,5	98,3	teils, teils
4	4	1,1	1,1	99,4	kaum ernst
5	2	,6	,6	100,0	überhaupt nicht ernst
,	1	,3	Missing		
9	8	2,2	Missing		

Total	360	100,0	100,0		
Mean	1,789	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,772	Kurtosis	,843	S E Kurt	,260
Skewness	,832	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

0.7 Bitte schätzen Sie das Interesse des Befragten an den einzelnen Themen

V07A Interesse - Wohnung

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
sehr hoch	1	64	17,8	18,3	18,3
hoch	2	164	45,6	47,0	65,3
mäßig	3	103	28,6	29,5	94,8
niedrig	4	9	2,5	2,6	97,4
sehr niedrig	5	9	2,5	2,6	100,0
,		1	,3	Missing	
missing	9	10	2,8	Missing	

Total		360	100,0	100,0	
Mean	2,241	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,871	Kurtosis	1,016	S E Kurt	,260
Skewness	,695	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V07B Interesse - Vers.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
sehr hoch	1	50	13,9	14,4	14,4
hoch	2	135	37,5	38,8	53,2
mäßig	3	128	35,6	36,8	89,9
niedrig	4	30	8,3	8,6	98,6
sehr niedrig	5	5	1,4	1,4	100,0
,		1	,3	Missing	
missing	9	11	3,1	Missing	

Total		360	100,0	100,0	
Mean	2,440	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,891	Kurtosis	-,123	S E Kurt	,261
Skewness	,244	S E Skew	,131	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V07C Interesse - Zahnarzt

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
sehr hoch	1	50	13,9	14,3	14,3
hoch	2	163	45,3	46,6	60,9
mäßig	3	107	29,7	30,6	91,4
niedrig	4	27	7,5	7,7	99,1
sehr niedrig	5	3	,8	,9	100,0
,	,	1	,3	Missing	
missing	9	9	2,5	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	2,343	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,848	Kurtosis	,009	S E Kurt	,260
Skewness	,387	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

V07D Interesse - Urlaub

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
sehr hoch	1	77	21,4	23,3	23,3
hoch	2	145	40,3	43,8	67,1
mäßig	3	58	16,1	17,5	84,6
niedrig	4	15	4,2	4,5	89,1
sehr niedrig	5	36	10,0	10,9	100,0
,	,	2	,6	Missing	
missing	9	27	7,5	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	2,360	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	1,201	Kurtosis	,135	S E Kurt	,267
Skewness	,957	S E Skew	,134	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

0.8 Namen der Interviewer: STRINGS [nicht im Datensatz]**0.9** Anmerkungen (welche Probleme bei welchen Fragen u.ä.):

V09 Anmerkungen

STRING

B.4. Zusätzliche Variablen (Fragebogen)Erhebungstechnische Daten**TYP** Interviewtyp

- Unterscheidung nach Interviews aus der Stichprobe, die mündlich (standard) oder postalisch interviewt wurden sowie Interviews mit entfernten Bekannten der Teilnehmer des Forschungspraktikums (extra).

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
standard	0	312	86,7	86,7	86,7
extra	1	44	12,2	12,2	98,9
postalisch	2	4	1,1	1,1	100,0
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,144	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,382	Kurtosis	6,400	S E Kurt	,256
Skewness	2,614	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	2,000				

PAY Interviewart

- Unterscheidung in Pflichtinterviews der Teilnehmer des Forschungspraktikums und bezahlte Interviews (die z.T. zusätzlich zu den Pflichtinterviews von den Teilnehmern des Forschungspraktikums erbracht wurden)

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Pflichtinterview	0	218	60,6	60,6	60,6
bezahltes Interview	1	142	39,4	39,4	100,0
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,394	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,489	Kurtosis	-1,822	S E Kurt	,256
Skewness	,434	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

PROFI profi

- Unterscheidung der Interviewer in Teilnehmer des Forschungspraktikums und zusätzlich eingesetzte bezahlte Interviewer

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
fp	0	249	69,2	69,2	69,2
profi	1	111	30,8	30,8	100,0
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,308	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,462	Kurtosis	-1,313	S E Kurt	,256
Skewness	,834	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

ID Fallnummer

- Identifikationsnummer des Fragebogens

...

Valid cases 360 Missing cases 0

Zusätzliche demografische Variablen

ALTER Alter in Jahren (berechnet 99 - v11)

Mean	43,407	Median	42,000	Mode	25,000
Std dev	15,659	Kurtosis	-,833	S E Kurt	,257
Skewness	,356	S E Skew	,129	Minimum	18,000
Maximum	86,000				

* Multiple modes exist. The smallest value is shown.

Valid cases 359 Missing cases 1

AUSBJ Ausbildungsjahre

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	8	32	8,9	8,9	8,9
	10	76	21,1	21,1	30,0
	12	79	21,9	21,9	51,9
	13	60	16,7	16,7	68,6
	17	113	31,4	31,4	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

Mean	12,958	Median	12,000	Mode	17,000
Std dev	3,064	Kurtosis	-1,245	S E Kurt	,256
Skewness	,148	S E Skew	,129	Minimum	8,000
Maximum	17,000				

Zusätzlich: Fragebogenteil-WohnungssucheT2 Fragebogenteil-Wohnungssuche
▸ Identifizierung der relevanten Fälle für diesen Teil

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
ungezogen	0	195	54,2	54,2	54,2
nicht ungezogen, aber gesucht	1	35	9,7	9,7	63,9
nicht ungezogen, nicht gesucht	2	89	24,7	24,7	88,6
nicht ungezogen, kein Angaben	8	40	11,1	11,1	99,7
keine Antwort	9	1	,3	,3	100,0
	Total	360	100,0	100,0	

Mean	1,506	Median	,000	Mode	,000
Std dev	2,484	Kurtosis	2,574	S E Kurt	,256
Skewness	1,958	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	9,000				

KMETEQM

▸ Kaltmiete je Quadratmeter (z.T. anhand der Warmmiete geschätzt)

Mean	9,420	Median	9,595	Mode	10,000
Std dev	2,983	Kurtosis	-,377	S E Kurt	,514
Skewness	,330	S E Skew	,260	Minimum	3,676
Maximum	16,000				

Valid cases 86 Missing cases 274

WMETEQM

▸ Warmmiete je Quadratmeter (z.T. anhand der Kaltmiete geschätzt)

Mean	12,410	Median	11,875	Mode	10,000
Std dev	6,405	Kurtosis	105,728	S E Kurt	,282
Skewness	8,205	S E Skew	,141	Minimum	1,833
Maximum	97,500				

Valid cases 297 Missing cases 63

Zusätzlich: Fragebogenteil-Versicherung

T3 Fragebogenteil-Versicherung
 ▶ Identifizierung der relevanten Fälle für diesen Teil

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
vor 1990	0	13	3,6	3,6	3,6
ab 1990	1	322	89,4	89,4	93,1
ohne Jahr	9	25	6,9	6,9	100,0
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,519	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	2,055	Kurtosis	9,426	S E Kurt	,256
Skewness	3,349	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	9,000				

Zusätzlich: Fragebogenteil-Zahnarzt

T4 Fragebogenteil-Zahnarzt
 ▶ Identifizierung der relevanten Fälle für diesen Teil

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
kein Wechsel seit 19	0	189	52,5	52,5	52,5
ja	1	167	46,4	46,4	98,9
keine Angaben	9	4	1,1	1,1	100,0
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,564	Median	,000	Mode	,000
Std dev	1,024	Kurtosis	49,205	S E Kurt	,256
Skewness	6,210	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	9,000				

Zusätzlich: Fragebogenteil-Urlaub

T5 Fragebogenteil-Urlaub
 ▶ Identifizierung der relevanten Fälle für diesen Teil

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
nein	0	81	22,5	22,5	22,5
ja	1	279	77,5	77,5	100,0
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,775	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,418	Kurtosis	-,252	S E Kurt	,256
Skewness	-1,323	S E Skew	,129	Minimum	,000
Maximum	1,000				

Netzwerkvariablen

Die Netzwerkvariablen im Hauptdatensatz stellen aggregierte Daten aus dem Namensgenerator dar. Sie wurden in den Datensatz aufgenommen, um die Analyse von Zusammenhängen von Daten aus dem Hauptdatensatz und (den aggregierten) Daten des Namensgenerators zu erleichtern.

Die Anzahl der im Namensgenerator genannten Personen wird als Indikator für die *Netzwerkgröße* verwendet.

Angaben zur *Netzwerkheterogenität* können dagegen nur indirekt ermittelt werden. Aus den Angaben zum Beruf der im Netzwerk genannten Personen wurde deren Ausbildungsniveau geschätzt, das wiederum als Indikator für den Status einer Person dienen soll. Um eine Maßzahl zu erhalten, die um so größer wird, je mehr verschiedene Ausbildungsniveaus im Netzwerk eines Befragten sind (also je heterogener sein Netzwerk hinsichtlich dieser Eigenschaft ist), und die sich nicht durch die Größe des Netzwerkes ändert,³ wurden folgendes Verfahren angewandt. Zunächst wurde aus den Ausbildungsdaten für alle Netzwerkmitglieder eines Befragten der Mittelwert des Ausbildungsniveaus berechnet. Dann wurde die Differenz des Ausbildungsniveaus für jedes Netzwerkmitglied zu diesem Mittelwert ermittelt und quadriert. Der Durchschnittswert dieser quadrierten Abweichungen ergibt für jeden Befragten eine Maßzahl, die den obigen Anforderungen an ein Heterogenitätsmaß entspricht (Maß 1). Der Durchschnittswert der Wurzel der quadrierten Abweichungen ergibt für jeden Befragten eine zweite Maßzahl, in der hohe Werte ein geringeres Gewicht erhalten (Maß 2).

Darüberhinaus werden weitere aggregierte Netzwerkvariablen beschrieben, die sich durch einfache Umformungen und Aggregation aus den Netzwerkdaten (siehe B.2. und B.5.) gewinnen lassen und die von deskriptiven Interesse sind.

ST. SQDF Summe (Status-Status(MEAN))^2
 ▶ Maß 1 für Netzwerkheterogenität

Mean	,373	Median	,250	Mode	,000
Std dev	,376	Kurtosis	-,404	S E Kurt	,268
Skewness	,665	S E Skew	,134	Minimum	,000
Maximum	2,000				

Valid cases 330 Missing cases 30

ST. SQRDF Summe wurzel((Status-Status(MEAN))^2)
 ▶ Maß 1 für Netzwerkheterogenität

Mean	,429	Median	,490	Mode	,000
Std dev	,362	Kurtosis	-1,368	S E Kurt	,268
Skewness	,060	S E Skew	,134	Minimum	,000
Maximum	1,333				

Valid cases 330 Missing cases 30

ST. MEAN Status (MEAN)
 ▶ Durchschnittlicher Status für alle Personen im Netzwerk eines Befragten

Mean	2,946	Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	,691	Kurtosis	-1,200	S E Kurt	,268
Skewness	,054	S E Skew	,134	Minimum	1,500
Maximum	4,000				

Valid cases 330 Missing cases 30

³

Aus diesem Grunde wurde das gebräuchliche Streuungsmaß der Standardabweichung hier nicht verwendet.

H. PARTN (Ehe-)Partner

▸ Anzahl der (Ehe-)Partner, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	245	68,1	99,2	99,2
	2	1	,3	,4	99,6
	3	1	,3	,4	100,0
	,	113	31,4	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,012	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,142	Kurtosis	166,471	S E Kurt	,309
Skewness	12,610	S E Skew	,155	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

H. ELTERN Eltern

▸ Anzahl der Eltern, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	74	20,6	47,7	47,7
	2	81	22,5	52,3	100,0
	,	205	56,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,523	Median	2,000	Mode	2,000
Std dev	,501	Kurtosis	-2,018	S E Kurt	,387
Skewness	-,091	S E Skew	,195	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

H. S_ELT Schwiegereltern

▸ Anzahl der Schwiegereltern, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	16	4,4	55,2	55,2
	2	13	3,6	44,8	100,0
	,	331	91,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,448	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,506	Kurtosis	-2,102	S E Kurt	,845
Skewness	,220	S E Skew	,434	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

H. BRUDER Bruder

▸ Anzahl der Brüder, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	42	11,7	97,7	97,7
	2	1	,3	2,3	100,0
	,	317	88,1	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,023	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,152	Kurtosis	43,000	S E Kurt	,709
Skewness	6,557	S E Skew	,361	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

H. SCHWES Schwester

► Anzahl der Schwestern, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	56	15,6	88,9	88,9
	2	5	1,4	7,9	96,8
	3	1	,3	1,6	98,4
	4	1	,3	1,6	100,0
	,	297	82,5	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,159	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,515	Kurtosis	16,932	S E Kurt	,595
Skewness	3,905	S E Skew	,302	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

H. KINDER Kinder

► Anzahl der Kinder, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	70	19,4	52,6	52,6
	2	50	13,9	37,6	90,2
	3	10	2,8	7,5	97,7
	4	3	,8	2,3	100,0
	,	227	63,1	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,594	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,729	Kurtosis	1,141	S E Kurt	,417
Skewness	1,158	S E Skew	,210	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

H. FAMILI andere Fam.-mitglieder

► Anzahl anderer Familienmitglieder, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	47	13,1	63,5	63,5
	2	15	4,2	20,3	83,8
	3	7	1,9	9,5	93,2
	4	2	,6	2,7	95,9
	5	3	,8	4,1	100,0
	,	286	79,4	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,635	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	1,041	Kurtosis	2,937	S E Kurt	,552
Skewness	1,836	S E Skew	,279	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

H. FREUND Freunde

▸ Anzahl der Freunde, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	76	21,1	35,7	35,7
	2	58	16,1	27,2	62,9
	3	30	8,3	14,1	77,0
	4	20	5,6	9,4	86,4
	5	12	3,3	5,6	92,0
	6	6	1,7	2,8	94,8
	7	3	,8	1,4	96,2
	8	2	,6	,9	97,2
	9	5	1,4	2,3	99,5
	12	1	,3	,5	100,0
	,	147	40,8	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	2,592	Median	2,000	Mode	1,000
Std dev	1,952	Kurtosis	3,948	S E Kurt	,332
Skewness	1,837	S E Skew	,167	Minimum	1,000
Maximum	12,000				

H. BEKANN Bekannte

▸ Anzahl der Bekannten, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	91	25,3	65,9	65,9
	2	25	6,9	18,1	84,1
	3	15	4,2	10,9	94,9
	4	2	,6	1,4	96,4
	5	2	,6	1,4	97,8
	6	1	,3	,7	98,6
	8	1	,3	,7	99,3
	10	1	,3	,7	100,0
	,	222	61,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,652	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	1,299	Kurtosis	16,237	S E Kurt	,410
Skewness	3,488	S E Skew	,206	Minimum	1,000
Maximum	10,000				

H. KOLLEG Kollegen

▸ Anzahl der Kollegen, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	54	15,0	77,1	77,1
	2	11	3,1	15,7	92,9
	3	5	1,4	7,1	100,0
	,	290	80,6	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,300	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,598	Kurtosis	2,397	S E Kurt	,566
Skewness	1,872	S E Skew	,287	Minimum	1,000
Maximum	3,000				

H. VORGES Vorgesetzte

▸ Anzahl der Vorgesetzten, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	8	2,2	80,0	80,0
	2	2	,6	20,0	100,0
	,	350	97,2	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,200	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,422	Kurtosis	1,406	S E Kurt	1,334
Skewness	1,779	S E Skew	,687	Minimum	1,000
Maximum	2,000				

H. UNTERS Unterstellte

▸ Anzahl der Unterstellten, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	1	,3	100,0	100,0
	,	359	99,7	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,000	Mode	1,000	Minimum	1,000
Maximum	1,000				

H. NACHBA Nachbarn

▸ Anzahl der Nachbarn, die im Netzwerk des Befragten genannt wurden

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	12	3,3	85,7	85,7
	2	1	,3	7,1	92,9
	4	1	,3	7,1	100,0
	,	346	96,1	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,286	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,825	Kurtosis	10,558	S E Kurt	1,154
Skewness	3,205	S E Skew	,597	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

NW_N Anzahl Alteri

▸ Anzahl der im Netzwerk eines Befragten genannten Personen

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	33	9,2	9,3	9,3
	2	38	10,6	10,7	19,9
	3	42	11,7	11,8	31,7
...					
	16	1	,3	,3	99,2
	17	2	,6	,6	99,7
	19	1	,3	,3	100,0
	,	4	1,1	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	5,306	Median	5,000	Mode	5,000
Std dev	3,230	Kurtosis	1,756	S E Kurt	,258
Skewness	1,120	S E Skew	,129	Minimum	1,000
Maximum	19,000				

F2. 5_N Anzahl NG f2.5

► Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen Alle erwachsenen Personen (außer dem Befragten), die im Haushalt des Befragten wohnen.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	108	30,0	30,6	30,6
	1	169	46,9	47,9	78,5
	2	53	14,7	15,0	93,5
	3	18	5,0	5,1	98,6
	4	4	1,1	1,1	99,7
	5	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,992	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,900	Kurtosis	1,551	S E Kurt	,259
Skewness	1,052	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	5,000				

F2. 8_N Anzahl NG f2.8

► Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen Alle Personen (außer dem Befragten), die im Haushalt des Befragten Miete zahlen.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	169	46,9	47,9	47,9
	1	164	45,6	46,5	94,3
	2	13	3,6	3,7	98,0
	3	6	1,7	1,7	99,7
	5	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,603	Median	1,000	Mode	,000
Std dev	,688	Kurtosis	5,340	S E Kurt	,259
Skewness	1,547	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	5,000				

F2. 18_N Anzahl NG f2.18

► Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen, die bei der Wohnungssuche nützliche Informationen gaben.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	293	81,4	83,0	83,0
	1	35	9,7	9,9	92,9
	2	17	4,7	4,8	97,7
	3	5	1,4	1,4	99,2
	4	2	,6	,6	99,7
	5	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,275	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,712	Kurtosis	11,849	S E Kurt	,259
Skewness	3,206	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	5,000				

F2. 19_N Anzahl NG f2.19

► Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen, über die der Befragte von seiner gegenwärtigen Wohnung erfahren hat.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	304	84,4	86,1	86,1
	1	41	11,4	11,6	97,7
	2	5	1,4	1,4	99,2
	3	3	,8	,8	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,170	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,470	Kurtosis	12,840	S E Kurt	,259
Skewness	3,316	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	3,000				

F2. 20_N Anzahl NG f2.20

► Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen Vermieter / Makler / Eigentümer der Wohnung, sofern er ein ein entfernter Bekannte oder ein guter Freund des Befragten ist.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	347	96,4	98,3	98,3
	1	3	,8	,8	99,2
	2	2	,6	,6	99,7
	3	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,028	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,237	Kurtosis	99,102	S E Kurt	,259
Skewness	9,551	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	3,000				

F2. 26_N Anzahl NG f2.26

► nur wenn kein Umzug seit 1990 stattfand, aber eine andere Wohnung gesucht wurde: Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen "Wer war bei den Wohnungsbesichtigungen dabei?"

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	342	95,0	96,9	96,9
	1	10	2,8	2,8	99,7
	3	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,037	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,229	Kurtosis	86,428	S E Kurt	,259
Skewness	8,270	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	3,000				

F2. 27_N Anzahl NG f2.27

- nur wenn kein Umzug seit 1990 stattfand, aber eine andere Wohnung gesucht wurde:
 Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
 Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen, die bei der Wohnungssuche nützliche Informationen gaben.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	327	90,8	92,6	92,6
	1	16	4,4	4,5	97,2
	2	4	1,1	1,1	98,3
	3	4	1,1	1,1	99,4
	4	2	,6	,6	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,125	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,518	Kurtosis	28,376	S E Kurt	,259
Skewness	5,092	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	4,000				

F3. 8_N Anzahl NG f3.8

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
 "Welche Personen aus Ihrer Familie oder Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis hatten Einfluß auf Ihre Entscheidung bezüglich der zuletzt abgeschlossenen Versicherung?"

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	146	40,6	41,4	41,4
	1	161	44,7	45,6	87,0
	2	34	9,4	9,6	96,6
	3	6	1,7	1,7	98,3
	4	4	1,1	1,1	99,4
	5	1	,3	,3	99,7
	6	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,776	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	,865	Kurtosis	6,121	S E Kurt	,259
Skewness	1,827	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	6,000				

F4. 2_N Anzahl NG f4.2

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
 Der gegenwärtige Zahnarzt, falls er ein Bekannter oder Verwandter ist. ODER: Familienangehörige, Freunde, Bekannte oder Kollegen, die den gegenwärtigen Zahnarzt empfohlen haben.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	184	51,1	52,1	52,1
	1	150	41,7	42,5	94,6
	2	17	4,7	4,8	99,4
	3	1	,3	,3	99,7
	4	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,541	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,630	Kurtosis	2,099	S E Kurt	,259
Skewness	1,079	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	4,000				

F4.13_N Anzahl NG f4.13

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
"Mit welchen Personen sprechen Sie über eventuelle Probleme mit Ihrem Zahnarzt?"

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	91	25,3	25,8	25,8
	1	123	34,2	34,8	60,6
	2	62	17,2	17,6	78,2
	3	46	12,8	13,0	91,2
	4	16	4,4	4,5	95,8
	5	5	1,4	1,4	97,2
	6	5	1,4	1,4	98,6
	7	4	1,1	1,1	99,7
	11	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	1,538	Median	1,000	Mode	1,000
Std dev	1,533	Kurtosis	5,124	S E Kurt	,259
Skewness	1,734	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	11,000				

F5.6_N Anzahl NG f5.6

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
Alle erwachsenen Personen (über 18 Jahre), die mit dem Befragten im (hier besprochenen) Urlaub waren waren.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	158	43,9	44,8	44,8
	1	139	38,6	39,4	84,1
	2	25	6,9	7,1	91,2
	3	18	5,0	5,1	96,3
	4	8	2,2	2,3	98,6
	5	3	,8	,8	99,4
	6	1	,3	,3	99,7
	14	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,878	Median	1,000	Mode	,000
Std dev	1,266	Kurtosis	33,541	S E Kurt	,259
Skewness	4,155	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	14,000				

F5.19_N Anzahl NG f5.19

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
"Wer hatte damals den Urlaub geplant?"

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	173	48,1	49,0	49,0
	1	144	40,0	40,8	89,8
	2	23	6,4	6,5	96,3
	3	9	2,5	2,5	98,9
	4	1	,3	,3	99,2
	5	1	,3	,3	99,4
	6	1	,3	,3	99,7
	7	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
Total		360	100,0	100,0	
Mean	,677	Median	1,000	Mode	,000
Std dev	,894	Kurtosis	11,659	S E Kurt	,259
Skewness	2,554	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	7,000				

F5. 21_N Anzahl NG f5.21

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
Freunden / Bekannten / Familie, die das genutzte Reisebüro empfohlen haben. ODER: Persönliche Bekannte im (genutzten) Reisebüro.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	296	82,2	83,9	83,9
	1	47	13,1	13,3	97,2
	2	8	2,2	2,3	99,4
	3	1	,3	,3	99,7
	4	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,198	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,506	Kurtosis	13,493	S E Kurt	,259
Skewness	3,212	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	4,000				

F5. 29_N Anzahl NG f5.29

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
"Wie haben Sie sich über Ihr Hotel / Ihre Unterkunft informiert?" Falls Familie, Freunde, Bekannte, Kollegen.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	304	84,4	86,1	86,1
	1	31	8,6	8,8	94,9
	2	11	3,1	3,1	98,0
	3	5	1,4	1,4	99,4
	4	2	,6	,6	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,215	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,621	Kurtosis	13,225	S E Kurt	,259
Skewness	3,474	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	4,000				

F5. 31_N Anzahl NG f5.31

- Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
"Wie haben Sie sich über Landschaft und Klima Ihres Reiseziels und die Mentalität der ansässigen Bevölkerung informiert?"
Falls Familie, Freunde, Bekannte, Kollegen.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	277	76,9	78,5	78,5
	1	35	9,7	9,9	88,4
	2	22	6,1	6,2	94,6
	3	11	3,1	3,1	97,7
	4	7	1,9	2,0	99,7
	6	1	,3	,3	100,0
	,	7	1,9	Missing	
	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,414	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,938	Kurtosis	7,342	S E Kurt	,259
Skewness	2,642	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	6,000				

F5. 33_N Anzahl NG f5.33

► Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
 "Wie haben Sie sich über Kultur- und Freizeitangebote informiert?" Falls Familie, Freunde, Bekannte, Kollegen.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	308	85,6	87,3	87,3
	1	24	6,7	6,8	94,1
	2	9	2,5	2,5	96,6
	3	7	1,9	2,0	98,6
	4	5	1,4	1,4	100,0
	,	7	1,9	Missing	

	Total	360	100,0	100,0	
Mean	,235	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,722	Kurtosis	13,034	S E Kurt	,259
Skewness	3,576	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	4,000				

F6. 1_N Anzahl NG f6.1

► Anzahl der für diesen Namensgenerator genannten Personen
 "Personen, mit denen Sie normalerweise über wichtige private Entscheidungen oder Probleme sprechen oder die aus anderen Gründen sehr wichtig für Sie sind"

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	145	40,3	41,2	41,2
	1	45	12,5	12,8	54,0
	2	44	12,2	12,5	66,5
	3	51	14,2	14,5	81,0
	4	23	6,4	6,5	87,5
	5	10	2,8	2,8	90,3
	6	16	4,4	4,5	94,9
	7	7	1,9	2,0	96,9
	8	4	1,1	1,1	98,0
	9	2	,6	,6	98,6
	10	2	,6	,6	99,1
	12	2	,6	,6	99,7
	14	1	,3	,3	100,0
	,	8	2,2	Missing	

	Total	360	100,0	100,0	
Mean	1,935	Median	1,000	Mode	,000
Std dev	2,388	Kurtosis	3,480	S E Kurt	,259
Skewness	1,661	S E Skew	,130	Minimum	,000
Maximum	14,000				

NW SEX MEAN NW-SEX (0=Mann)

► Geschlechtsverteilung im persönlichen Netzwerk (0=nur Männer; 1=nur Frauen)

Mean	,548	Median	,500	Mode	,500
Std dev	,246	Kurtosis	,005	S E Kurt	,271
Skewness	-,101	S E Skew	,136	Minimum	,000
Maximum	1,000				

Valid cases 323 Missing cases 37

NW ALT MEAN NW-Alter

► Durchschnittliches Alter im Netzwerk (Altersgruppen, Frage 6.4 im Netzwerkgenerator)

Mean	3,724	Median	3,679	Mode	4,000
Std dev	1,025	Kurtosis	-,360	S E Kurt	,259
Skewness	,167	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	6,000				

Valid cases 354 Missing cases 6

NW BIND MEAN NW-Bindungsstärke
 ▸ Durchschnittliche Bindungsstärke im Netzwerk (Frage 6.5 im Netzwerkgenerator)

Mean	3,948	Median	4,000	Mode	5,000
Std dev	,741	Kurtosis	1,847	S E Kurt	,259
Skewness	-,888	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

Valid cases 354 Missing cases 6

NW KONT MEAN NW-Kontakthäufigkeit
 ▸ Durchschnittliches Kontakthäufigkeit im Netzwerk (Altersgruppen, Frage 6.6 im Netzwerkgenerator)

Mean	2,407	Median	2,500	Mode	1,000
Std dev	,752	Kurtosis	,137	S E Kurt	,259
Skewness	-,139	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

Valid cases 354 Missing cases 6

NW ENTF MEAN NW-Entfernungen
 ▸ Durchschnittliche Entfernungen im Netzwerk (Altersgruppen, Frage 6.7 im Netzwerkgenerator)

Mean	2,412	Median	2,444	Mode	1,000
Std dev	,907	Kurtosis	-,413	S E Kurt	,259
Skewness	,138	S E Skew	,130	Minimum	1,000
Maximum	5,000				

Valid cases 354 Missing cases 6

B.5. Zusätzliche Variablen (Netzwerkdaten)

ID_NR ID_NR (Fragebogennummer)
 ▸ Identifikationsnummer des Fragebogens

...

Valid cases 1889 Missing cases 0

Zu Berechnung von Indikatoren zur Netzwerkheterogenität im Hauptdatensatz (vgl. B.4. Zusätzliche Variablen - Netzwerkvariablen) sind auch aus den Netzwerkdaten zusätzliche Kennziffern berechnet worden.

STATUS geschätzter Berufsstatus
 ▸ Aus den Berufsangaben wurde das Ausbildungsniveau geschätzt

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
ungelernt	1	13	,7	1,1	1,1
Fachberuf	2	507	26,8	42,6	43,7
Fachschulabschluß (z	3	192	10,2	16,1	59,8
Hochschulabschluß	4	479	25,4	40,2	100,0
nicht berufstätig	0	528	28,0	Missing	
keine Angaben	9	170	9,0	Missing	
	Total	1889	100,0	100,0	

Mean	2,955	Median	3,000	Mode	2,000
Std dev	,933	Kurtosis	-1,688	S E Kurt	,142
Skewness	,009	S E Skew	,071	Minimum	1,000
Maximum	4,000				

ST_MEAN Status Durchschn. je R.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1,50	2	,1	,1	,1
	1,63	10	,5	,6	,7
	1,67	5	,3	,3	1,0
...					
	3,83	15	,8	,8	88,5
	3,86	10	,5	,6	89,1
	4,00	195	10,3	10,9	100,0
	,	103	5,5	Missing	
	Total	1889	100,0	100,0	

Mean	2,961	Median	3,000	Mode	3,000
Std dev	,644	Kurtosis	-1,103	S E Kurt	,116
Skewness	-,008	S E Skew	,058	Minimum	1,500
Maximum	4,000				

ST_N Status Anzahl Werte je R.

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	0	103	5,5	5,5	5,5
	1	163	8,6	8,6	14,1
	2	265	14,0	14,0	28,1
...					
	10	36	1,9	1,9	97,3
	15	15	,8	,8	98,1
	16	36	1,9	1,9	100,0
	Total	1889	100,0	100,0	

Mean	4,370	Median	4,000	Mode	3,000
Std dev	3,078	Kurtosis	3,000	S E Kurt	,113
Skewness	1,402	S E Skew	,056	Minimum	,000
Maximum	16,000				

ST_DIFF COMPUTE st.diff = status - st_mean

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	-2,33	1	,1	,1	,1
	-2,00	1	,1	,1	,2
	-1,71	2	,1	,2	,3
...					
	1,70	1	,1	,1	99,7
	1,71	2	,1	,2	99,9
	1,81	1	,1	,1	100,0
	,	698	37,0	Missing	
	Total	1889	100,0	100,0	

Mean	,000	Median	,000	Mode	,000
Std dev	,686	Kurtosis	-,148	S E Kurt	,142
Skewness	-,123	S E Skew	,071	Minimum	-2,333
Maximum	1,813				

ST. SQDIF COMPUTE st. sqdif = st. diff * st. diff

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	,00	271	14,3	22,8	22,8
	,02	8	,4	,7	23,4
	,02	6	,3	,5	23,9
...					
	3,29	1	,1	,1	99,8
	4,00	1	,1	,1	99,9
	5,44	1	,1	,1	100,0
	,	698	37,0	Missing	
		-----	-----	-----	
	Total	1889	100,0	100,0	
Mean	,470	Median	,250	Mode	,000
Std dev	,639	Kurtosis	6,115	S E Kurt	,142
Skewness	2,171	S E Skew	,071	Minimum	,000
Maximum	5,444				

ST. SQRDI COMPUTE st. sqrdi = SQRT(st. sqdif)

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	,00	271	14,3	22,8	22,8
	,13	8	,4	,7	23,4
	,14	6	,3	,5	23,9
...					
	1,81	1	,1	,1	99,8
	2,00	1	,1	,1	99,9
	2,33	1	,1	,1	100,0
	,	698	37,0	Missing	
		-----	-----	-----	
	Total	1889	100,0	100,0	
Mean	,526	Median	,500	Mode	,000
Std dev	,440	Kurtosis	-,093	S E Kurt	,142
Skewness	,688	S E Skew	,071	Minimum	,000
Maximum	2,333				

C. Anlage

C.1. Fragebogen

"Vertrauen und Geschäfte"

Eine Untersuchung über Wohnungssuche, die Auswahl von Versicherungen, Zahnärzten und Reisebüros.

*Ein Projekt des Instituts für Soziologie
an der Universität Leipzig*

Durchführung:

Projektleitung:

Dr. Martin Abraham & Dr. Per Kropp

Universität Leipzig
Institut für Soziologie
Burgstraße 21
04109 Leipzig

Tel: 0341-97 35666 oder 35651
Fax: 0341-97 35669
abraham@sozio.uni-leipzig.de
kropp@sozio.uni-leipzig.de

Mitarbeiter:

Frau Claudia Bauer
Frau Christina Bohnstädt
Frau Marlen Braun
Frau Yasemin Erginer
Frau Ulrike Grunert
Frau Melanie Haas
Frau Doreen Heide
Herr Pascal Klopp
Frau Janine Kremling
Frau Sabine Mushake
Herr Marc Naumann
Herr Bernd Olsson
Herr Hagen Ruhmer
Herr Andy Schmidt
Frau Susann Schurig
Herr Stephen Zechendorf

Hinweise zum Fragebogen

Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, an unserer Studie über die Rolle sozialer Kontakte für verschiedene Kauf- und Konsumententscheidungen mitzuwirken. Mit diesem Projekt möchten wir untersuchen, wie bedeutsam die Hilfe und die Information durch Familienmitglieder, Freunde und Bekannte ist, wenn es darum geht, sich in verschiedenen Situationen für ein bestimmtes Produkt, einen bestimmten Anbieter oder eine bestimmte Leistung entscheiden zu müssen. Durch Ihre Teilnahme leisten Sie einen wichtigen Beitrag zu dieser Forschungsarbeit des Instituts für Soziologie der Universität Leipzig. Selbstverständlich werden alle Ihre Angaben vertraulich behandelt und die Anonymität der Befragung gewahrt.

Unser Interviewer werden Sie im folgenden durch den Fragebogen begleiten. Zur Beantwortung des Fragebogens möchten wir Sie bitten, sich jeweils den Fragetext genau durchzulesen. Meist können die Antworten durch ankreuzen der für Sie zutreffenden Möglichkeiten gegeben werden, in wenigen Fällen werden wir Sie darüber hinaus bitten, uns kurze Beschreibungen oder Namen zu nennen. Sollten Sie keine zutreffende Antwortkategorie finden oder sonst Probleme oder Fragen haben, so wenden Sie sich bitte an die anwesenden Interviewer, die Ihnen gerne weiterhelfen werden.

Wünschen Sie weiterführende Informationen über die Studie, so stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit

Dr. Per Kropp

Dr. Martin Abraham

1 Fragen zu Ihrer Person

1.1 Wann sind Sie geboren? 19_____

1.2 Führen Sie zur Zeit eine Beziehung mit einer festen Lebensgefährtin / einem festen Lebensgefährten?

- nein (⇒ bitte weiter mit Frage 1.4)
- ja, ich führe mit meiner Partnerin / meinem Partner einen gemeinsamen Haushalt
- ja, wir wohnen jedoch in getrennten Haushalten

1.3 Sind Sie mit Ihrer festen Lebensgefährtin / Ihrem festen Lebensgefährten verheiratet?

- nein
- ja

1.4 Welchen Schulabschluß haben Sie? (Bitte den höchsten Abschluß angeben)

- 8. Klasse bzw. Volks- / Hauptschulabschluß
- 10. Klasse bzw. Mittlere Reife, Realschulabschluß (Fachschulreife)
- Fachhochschulreife (Abschluß einer Fachoberschule, etc.)
- EOS bzw. Abitur (Hochschulreife)
- Fachschulabschluß
- Hochschulabschluß
- keinen dieser Abschlüsse

1.5 Wie ist Ihre gegenwärtige berufliche Situation?

- abhängig erwerbstätig in Vollzeit
- abhängig erwerbstätig in Teilzeit
- beruflich Selbständig
- arbeitslos / arbeitssuchend
- Hausfrau / Hausmann
- in beruflicher Ausbildung / Umschulung
- Studentin / Student
- in Mutterschafts- / Erziehungsurlaub
- Rentnerin / Rentner
- zivil- / wehrdienstleistend
- sonstiges: _____ (z.B. ABM)

1.6 Bitte geben Sie an, welchen Beruf Sie zur Zeit ausüben bzw. zuletzt ausgeübt haben:

1.7 Welche Partei würden Sie am ehesten wählen, wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre?

- SPD
- CDU
- Bündnis 90 / Die Grünen
- FDP
- PDS
- NPD
- eine andere Partei, und zwar: _____

2 Ihre Wohnungssituation

Zunächst möchten wir Ihnen einige Fragen zu Ihrer derzeitigen Wohnsituation stellen.

2.1 Ist Ihre Wohnung ...

- saniert in den letzten 5 Jahren (Altbau).
- teilsaniert in den letzten 5 Jahren.
- unsaniert (Altbau).
- Altneubau.
- Plattenbau.
- Neubau (gebaut nach 1992)

2.2 Wie viele Quadratmeter hat Ihre Wohnung?

_____ m²

2.3 Können Sie auch angeben, wie hoch das gegenwärtige monatliche Nettoeinkommen ist, das Ihrem Haushalt zur Verfügung steht?

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| bis 1000
DM | 1000 bis 2500
DM | 2500 bis 4000
DM | 4000 bis 6500
DM | 6500 bis
10000
DM | über 10000
DM |

2.4 Wie viele Personen gehören zum Haushalt?

_____ (Anzahl)

2.5 Bitte tragen Sie Vornamen oder Initialen aller erwachsenen Personen - von Ihnen selbst abgesehen -, die in Ihrem Haushalt wohnen, in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Weil es in dieser Untersuchung auch darum geht, welche Rolle Ihre Freunde und Bekannte bei Entscheidungen im Alltag spielen, werden wir später noch einmal auf diese Personen zurückkommen. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an unsere Interviewer.

2.6 Wohnen Sie in einer Miet- oder Eigentumswohnung?

Eigentumswohnung (**bitte weiter mit Abschnitt 3, S.7**)

Mietwohnung

2.7 Wie hoch ist Ihre derzeitige Mietbelastung?

Kaltmiete: _____ , ____ DM oder Gesamtmiete: _____ , ____ DM (Kaltmiete + Nebenkosten)

2.8 Wer zahlt die Miete?

Ich allein (**bitte weiter mit Frage 2.9**)

(auch) eine andere Person Bitte tragen Sie die Vornamen oder Initialen dieser Person sowie die Fragennummer in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

Als nächstes möchten wir gerne etwas mehr über Ihre Umzugserfahrungen wissen.

2.9 Wie oft sind Sie nach 1990 umgezogen?

_____ mal (wenn kein Umzug **bitte weiter mit Frage 2.24**)

2.10 Wie lange wohnen Sie bereits in dieser Wohnung?

seit weniger als einem Jahr

bis zu 5 Jahren

länger als 5 Jahre

2.11 Haben Sie vor dem Umzug in Ihre jetzige Wohnung auch in Leipzig gewohnt?

ja (**bitte weiter mit Frage 2.12**)

nein, ich habe vorher in folgendem Ort gewohnt:

PLZ: _____ Ort: _____

2.12 Was war der Hauptgrund für Ihren Umzug?

- Beruflicher Umzug
- Sanierung / Mieterhöhung
- private Gründe (Trennung, Familienzuwachs u.a.)
- Verbesserung der Wohnsituation
- sonstiges: _____

2.13 Wie dringend benötigten Sie die Wohnung?

- | | | | | |
|---------------|----------|--------------|---------------------|-----------------------|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| sehr dringend | dringend | teils, teils | weniger
dringend | gar nicht
dringend |

2.14 Haben Sie sich persönlich an der Wohnungssuche beteiligt?

- ja (**bitte weiter mit Frage 2.15**)
- nein
 - a. Wohnung wurde von der Firma gestellt
 - b. Zuzug zu Partner / Freunden
 - c. Wohnung wurde vom Partner gesucht
 - d. sonstiges: _____

➡ Falls Sie mit a. oder b. geantwortet haben oder nichts über die Wohnungssuche wissen, gehen Sie bitte zu Abschnitt 3 (S.7)

2.15 Wie lange dauerte es, bis Sie Ihre jetzige Wohnung bekamen?
(Vom Umzugsentschluß bis zur Vertragsunterzeichnung)

- weniger als 3 Tage
- 1 Woche
- 2 Wochen
- 1 Monat
- länger als 2 Monate
- ¼ Jahr
- ½ Jahr
- 1 Jahr
- länger als 1 Jahr

2.16 Nachdem Sie mit der Wohnungssuche begonnen hatten, wie viele Wohnungen haben Sie besichtigt?

Anzahl: _____

2.17 Wer war bei den Wohnungsbesichtigungen dabei?

Bitte tragen Sie bitte auch diesen Namen oder die Initialie dieser Person in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

2.18 Welche Informationsquellen haben Sie bei Ihrer Wohnungssuche genutzt?

- a. Makler
- b. LWB
- c. Wohnungsgenossenschaften
- d. von Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen
- e. über Anzeigen / Aushänge / Mietplakate
- f. Internet

Wenn Sie **d.** angekreuzt haben, welche Personen waren dabei am wichtigsten? Tragen Sie bitte die Namen oder Initialie dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

2.19 Wie erfuhren Sie von Ihrer gegenwärtigen Wohnung?

- a. Makler
- b. LWB
- c. Wohnungsgenossenschaften
- d. von Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen
- e. über Anzeigen / Aushänge / Mietplakate
- f. Internet

Wenn Sie **d.** angekreuzt haben, welche Personen haben die wichtigsten Informationen gegeben? Tragen Sie bitte die Namen oder Initialie dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

Die nächste Frage nur beantworten, wenn in Frage 2.19 a., b. oder c. angekreuzt wurde:

2.20 In welcher Beziehung standen Sie zu Ihrem Vermieter / Makler / Eigentümer?

- a. Kannte ihn überhaupt nicht
- b. Kannte ihn von einer früheren Wohnungsmietung / -vermittlung
- c. Ist ein entfernter Bekannte von mir
- d. Ist ein guter Freund von mir

Wenn Sie **c.** oder **d.** angekreuzt haben, tragen Sie bitte auch diesen Namen oder die Initialie dieser Person in das **Namensschema** ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

2.21 In welcher Form wurden Sie von Ihren Freunden, Bekannten und der Familie bei Ihrer Wohnungssuche unterstützt?

- a. Sie haben mir einen Makler / Vermieter / Eigentümer empfohlen.
- b. Sie haben mich auf freie Wohnungen aufmerksam gemacht.
- c. etwas anderes war wichtig, nämlich: _____

2.22 Wie hilfreich waren Ihre Freunde, Bekannten und Familie insgesamt?

- | | | | | |
|----------------|-----------|--------------|-------------------|---------------------|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| sehr hilfreich | hilfreich | teils, teils | weniger hilfreich | gar nicht hilfreich |

2.23 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer jetzigen Wohnung?

- | | | | | |
|----------------|-----------|--------------|------------------|------------------|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| sehr zufrieden | zufrieden | teils, teils | eher unzufrieden | sehr unzufrieden |

➔ Gehen Sie jetzt bitte zu Abschnitt 3, S. 7

2.24 Was waren die wichtigsten Gründe für Sie, um nicht umzuziehen?

- finanzielle Gründe
- familiäre Gründe
- die Wohnlage
- sonstiges: _____

2.25 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer jetzigen Wohnung?

- | | | | | |
|----------------|-----------|--------------|------------------|------------------|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| sehr zufrieden | zufrieden | teils, teils | eher unzufrieden | sehr unzufrieden |

2.26 Haben Sie - zumindest zeitweilig - nach einer anderen Wohnung gesucht?

- nein (**bitte weiter mit Abschnitt 3, S. 7**)
- ja

2.27 Nachdem Sie mit der Wohnungssuche begonnen hatten, Wie viele Wohnungen haben Sie besichtigt?

Anzahl: _____ falls *mindestens eine* Wohnung besichtigt wurde:

Wer war bei den Wohnungsbesichtigungen dabei?

Bitte tragen Sie bitte auch diesen Namen oder die Initiale dieser Person in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

2.28 Welche Informationsquellen haben Sie bei Ihrer Wohnungssuche genutzt?

- a. Makler
- b. LWB
- c. Wohnungsgenossenschaften
- d. von Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen
- e. über Anzeigen / Aushänge / Mietplakate
- f. Internet

Wenn Sie **d.** angekreuzt haben, welche Personen waren dabei am wichtigsten? Tragen Sie bitte die Namen oder Initiale dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

2.29 In welcher Form wurden Sie von Ihren Freunden, Bekannten und der Familie bei Ihrer Wohnungssuche unterstützt?

- a. Sie haben mir einen Makler / Vermieter / Eigentümer empfohlen.
- b. Sie haben mich auf freie Wohnungen aufmerksam gemacht.
- c. etwas anderes war wichtig, nämlich: _____

3 Im folgenden finden Sie einige Fragen zu den von Ihnen abgeschlossenen Versicherungen**3.1** Welche Arten von Versicherungen besitzen Sie?

- Lebensversicherung
- private Rentenversicherung
- zusätzliche / private Krankenversicherung
- Unfallversicherung
- Kraftfahrtversicherung, und zwar Haftpflicht
- Kasko
- Rechtsschutzversicherung
- Hausratversicherung
- Sonstige, nämlich: _____

3.2 Bei wie vielen Versicherungsgesellschaften sind Sie versichert?

bei _____ Gesellschaften

*Der folgenden Abschnitt soll Auskunft darüber geben, auf welche Weise Sie in einem konkreten Fall zu der Entscheidung für einen Versicherungsabschluß gelangt sind. Daher beziehen sich die folgenden Fragen auf die **zuletzt abgeschlossene Versicherung**.*

3.3 Welche Versicherung haben Sie als letztes abgeschlossen?

3.4 Wann haben Sie diese Versicherung abgeschlossen? _____(Monat) _____(Jahr)**3.5** Welcher Zeitraum lag zwischen dem Entschluß, diese Versicherung abzuschließen, und dem tatsächlichen Vertragsabschluß?

- sofort
- bis 1 Woche
- 1 bis 4 Wochen
- 4 Wochen bis drei Monate
- mehr als drei Monate

3.6 Welche der unten genannten Informationsquellen haben Sie außerdem genutzt?
(**Mehrfachnennung möglich**)

- (1) Freunde
- (2) Kollegen
- (3) Familie / Verwandte
- (4) Bekannte
- (5) Verbraucherschutz
- (6) Medien (Zeitschriften; Fernsehen; Radio; Internet usw.)
- (7) eine unabhängige Versicherungsberatung
- (8) bei den Versicherungsgesellschaften selbst
- (9) Andere , nämlich: _____

3.7 Bei wem haben Sie als **erstes** Rat gesucht, bevor Sie diese letzte Versicherung abgeschlossen haben?

Nummer (aus Frage 3.6): _____

3.8 Welche Personen aus Ihrer Familie oder Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis hatten Einfluß auf Ihre Entscheidung bezüglich dieser zuletzt abgeschlossenen Versicherung?

Bitte tragen Sie Vornamen oder Initialen dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

In den folgenden Fragen würden wir gerne etwas über Ihre Einstellung zu Versicherungen im Allgemeinen erfahren:

3.9 Wie gut wissen Sie Bescheid über die folgenden Versicherungen, die in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis abgeschlossen werden?

	sehr gut	gut	mäßig	schlecht	überhaupt nicht
Lebensversicherung	①	②	③	④	⑤
Hausratversicherung	①	②	③	④	⑤
Private Rentenversicherung	①	②	③	④	⑤
KFZ-Kaskoversicherung	①	②	③	④	⑤

3.10 Sind Ihnen in Ihrem Freundes-, Familien-, oder Bekanntenkreis Schäden bekannt, die durch eine vorherige Versicherung finanziell hätten abgefangen werden können?

- Nein (**bitte weiter mit Frage 3.14**)
 Ja

3.11 Welcher Art waren diese Schäden? _____

3.12 Könnte ein derartiger Schaden Ihnen prinzipiell auch passieren?

- Nein (**➔ bitte weiter mit Frage 3.14**)
 Ja

3.13 Nachdem Ihnen dieser Schadensfall bekannt wurde, haben Sie darüber nachgedacht, eine entsprechende Versicherung abzuschließen?

- nein
- ja, habe aber bisher noch keine Versicherung abgeschlossen
- ja, ich habe tatsächlich die folgende Versicherung abgeschlossen: _____

3.14 Stellen Sie sich vor, Sie erben unverhofft 10.000,- DM unter der Bedingung dieses Geld für 12 Monate anzulegen. Ihr Bankberater bietet Ihnen zwei Alternativen an, bitte kreuzen Sie an, für welche Alternative Sie sich entscheiden würden:

- Der Betrag wird sicher angelegt und Sie erhalten am Ende der 12 Monate in jedem Fall 12000 DM zurück
- Im Rahmen einer Risikoanlage haben Sie eine Chance von 50%, daß Sie nach einem Jahr 18000 DM ausgezahlt bekommen. Klappt dies jedoch nicht, bekommen Sie nur 6000 DM zurück.

3.15 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

	Die Aussage trifft				
	vollkommen zu	teilweise zu	eingeschränkt zu	eher nicht zu	überhaupt nicht zu
a. Bevor ich mich für eine Versicherungsgesellschaft entscheide vergleiche ich genau.	①	②	③	④	⑤
b. Meiner Versicherung vertraue ich voll und ganz.	①	②	③	④	⑤
c. Versicherungsvertreter sind sehr aufdringlich und man kann sich nur schlecht gegen sie wehren.	①	②	③	④	⑤
d. Eine Versicherung abzuschließen zahlt sich immer aus.	①	②	③	④	⑤
e. In der Versicherungsbranche gibt es viele schwarze Schafe.	①	②	③	④	⑤
f. Versicherungen sind ein notwendiges Übel über das ich mir nicht viele Gedanken mache.	①	②	③	④	⑤
g. Bei meinem Versicherungsvertreter habe ich das Gefühl daß er meine Interessen vertritt.	①	②	③	④	⑤

4 Im folgenden Teil möchten wir gerne etwas über Ihren Zahnarzt erfahren

Die folgenden Fragen beschäftigen sich mit der Art und Weise, wie Sie Ihren Zahnarzt gefunden haben.

4.1 Wie lange sind Sie in etwa bei Ihrem jetzigen Zahnarzt in Behandlung?

- weniger als ein Jahr
- zwischen 1 und 5 Jahren
- zwischen 5 und 10 Jahren
- zwischen 10 und 20 Jahren
- mehr als 20 Jahre

4.2 Wie haben Sie Ihren Zahnarzt gefunden?

- a. die Praxis befand sich in nächster Umgebung
- b. der Zahnarzt ist Bekannter oder Verwandter
- c. wurde mir von Familienangehörigen, Freunden, Bekannten oder Kollegen empfohlen
- d. Branchenbuch / Gelbe Seiten
- e. Verbraucherschutz
- f. sonstiges: _____
- g. weiß ich nicht mehr

Wenn Sie **b.** oder **c.** angekreuzt haben, tragen Sie bitte die Namen oder Initialen dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

4.3 Haben Sie in den letzten 10 Jahren ein- oder mehrmals Ihren Zahnarzt gewechselt?

- Nein (➔ bitte weiter mit Frage 4.5)
 Ja

4.4 Warum haben Sie Ihren Zahnarzt gewechselt?

- die alte Praxis wurde geschlossen
 Wohnortwechsel
 aufgrund schlechter Erfahrungen
 sonstiges: _____

Mit den folgenden Fragen möchten wir etwas über die Erfahrungen wissen, die sowohl Sie als auch andere Personen in Ihrem Bekanntenkreis mit Zahnärzten gemacht haben.

4.5 Wie häufig haben Sie die folgenden Erfahrungen bei Zahnärzten gemacht?

	sehr oft	oft	ab und zu	selten	nie
erhöhte Zuzahlungen	①	②	③	④	⑤
Schmerzen	①	②	③	④	⑤
qualitative Schäden	①	②	③	④	⑤
langes Warten im Wartezimmer	①	②	③	④	⑤
fehlendes Einfühlungsvermögen	①	②	③	④	⑤
schlechte oder keine Beratung	①	②	③	④	⑤
langes Warten auf einen Termin	①	②	③	④	⑤

4.6 Gibt es in Ihrem Freundes-, Familien-, Bekannten oder Kollegenkreis Personen, die schlechte Erfahrungen mit Ihrem Zahnarzt gemacht haben?

	ja	nein	weiß nicht
in meinem Familienkreis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
unter meinen Freunden und Bekannten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
unter meinen Arbeitskollegen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.7 Geben Sie die Erfahrungen, die Sie mit Ihrem Zahnarzt gemacht haben, an andere Personen weiter?

	ja	nein	weiß nicht
an Mitglieder meiner Familie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an meine Freunden und Bekannten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
an meine Arbeitskollegen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.8 Haben Sie von Personen gehört, die bei dem Zahnarzt, *bei dem Sie selbst in Behandlung sind*, schlechte Erfahrungen gemacht haben?

- Nein (➡ bitte weiter mit Frage 4.10)
 Ja

4.9 Was haben Sie getan nachdem Sie von den schlechten Erfahrungen anderer bei *Ihrem Zahnarzt* gehört haben?

- Ich habe es meinen besten Freunden / meiner Familie erzählt.
 Ich habe es auch anderen erzählt.
 Ich habe niemanden etwas erzählt
 Ich habe beschlossen, zu diesem Zahnarzt nicht mehr zu gehen bzw. ihn zu wechseln.
 sonstiges, nämlich: _____

4.10 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

Die Aussage trifft

	vollkommen zu	teilweise zu	eingeschränkt zu	eher nicht zu	überhaupt nicht zu
a. Unter Zahnärzten gibt es viele schwarze Schafe.	①	②	③	④	⑤
b. Meinem Zahnarzt vertraue ich voll und ganz.	①	②	③	④	⑤
c. Ich gehe nur zu einem Zahnarzt, der einen guten Ruf hat.	①	②	③	④	⑤
d. Über Zahnärzte mache ich mir nicht viele Gedanken.	①	②	③	④	⑤
e. Zahnärzte wollen nur mein Geld.	①	②	③	④	⑤
f. Wenn mein Zahnarzt Urlaub hat, dann gehe ich im Notfall nur zu einem, der mir empfohlen wurde.	①	②	③	④	⑤
g. Ich versuche, Zahnarztbesuche hinauszuzögern, da ich sie unangenehm finde.	①	②	③	④	⑤
h. Ich lasse mich erst von meinem Zahnarzt behandeln, nachdem ich ein ausführliches Gespräch mit ihm über die Behandlungsmethoden geführt habe.	①	②	③	④	⑤
i. Ich habe Angst vor Schmerzen.	①	②	③	④	⑤
j. Ich habe viele Probleme mit meinen Zähnen.	①	②	③	④	⑤

Mit Hilfe der nachfolgenden Fragen möchten wir gerne etwas darüber erfahren, welche Erfahrungen Sie mit Ihrem gegenwärtigen Zahnarzt gemacht haben.

4.11 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Zahnarzt?

sehr zufrieden	zufrieden	teils, teils	unzufrieden	sehr unzufrieden
①	②	③	④	⑤

4.12 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

	Die Aussage trifft				
	vollkommen zu	teilweise zu	eingeschränkt zu	eher nicht zu	überhaupt nicht zu
a. Mein Zahnarzt hat seine Praxis schön eingerichtet.	①	②	③	④	⑤
b. Mein Zahnarzt ist mit moderner Apparatur ausgestattet.	①	②	③	④	⑤
c. Ich bekomme bei meinem Zahnarzt innerhalb einer Woche einen Termin.	①	②	③	④	⑤
d. Mein Zahnarzt berät mich immer gut und erklärt mir alles genau.	①	②	③	④	⑤
e. Mein Zahnarzt ist bemüht, eine schmerzhaft Behandlung zu vermeiden.	①	②	③	④	⑤
f. Die Behandlung bei meinem Zahnarzt erscheint mir medizinisch korrekt.	①	②	③	④	⑤

4.13 Mit welchen Personen sprechen Sie über eventuelle Probleme mit Ihrem Zahnarzt? Bitte tragen Sie Vornamen oder Initialen dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

4.14 Bitte geben Sie im folgenden an, in welchem Maße Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

	Die Aussage trifft				
	vollkommen zu	teilweise zu	eingeschränkt zu	eher nicht zu	überhaupt nicht zu
a. Ich habe damals sehr lange nach meinem gegenwärtigen Zahnarzt gesucht.	①	②	③	④	⑤
b. Ich habe damals viele Personen nach einem guten Zahnarzt gefragt.	①	②	③	④	⑤
c. Ich habe bei verschiedenen Zahnärzten Vorsorgeuntersuchungen machen lassen, bevor ich mich für einen Zahnarzt entschieden habe.	①	②	③	④	⑤
d. Ich habe damals einfach abgewartet, bis ich von einem guten Zahnarzt hörte.	①	②	③	④	⑤
e. Ich ging damals einfach zum nächstgelegenen Zahnarzt.	①	②	③	④	⑤
f. Ich habe damals einfach einen Zahnarzt aus dem Telefonbuch gewählt.	①	②	③	④	⑤

5 Urlaub

Im folgenden Teil möchten wir Sie bitten, uns einige Fragen zum Thema Urlaub zu beantworten. Es geht hierbei um die letzte größere Reise (z.B. einen Pauschalurlaub, Cluburlaub, etc.), bei der Sie im voraus Geld bezahlen mußten.

Sollten Sie noch nie einen solchen Urlaub unternommen haben, gehen Sie bitte zum letzten Teil diese Fragebogens auf S. 21.

5.1 Wo verbrachten Sie Ihren letzten größeren Urlaub (Pauschalreise, Cluburlaub, etc.), bei dem Sie im voraus Geld bezahlen mußten.

Alle folgenden Fragen beziehen sich auf diesen Urlaub.

5.2 In welchem Jahr war dieser Urlaub? 19__

5.3 Wie viele Urlaubsreisen hatten Sie in jenem Jahr unternommen?

etwa: _____ (Anzahl)

5.4 Wo waren Sie in diesem Urlaub untergebracht?

Ferienanlage

Hotel

Pension

Jugendherberge

Campingplatz

Bungalow, Appartement, Ferienhaus

sonstiges, und zwar: _____

5.5 Sind Sie mit Ihrer Familie in diesen Urlaub gefahren?

nein (**bitte weiter mit Frage 5.11**)

ja

5.6 Wie viele Personen waren einschließlich Ihnen in diesem Urlaub?

_____ (Anzahl)

Bitte tragen Sie alle erwachsenen Personen (über 18 Jahre), die mit Ihnen in diesem Urlaub waren, in das **Namensschema** ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

5.7 Waren Kinder dabei?

nein (**bitte weiter mit Frage 5.9**)

ja

5.8 Wie viele Ihrer Kinder waren dabei und wie alt waren diese damals?

Anzahl: _____ Alter: 1. ____ 2. ____ 3. ____ 4. ____ 5. ____

5.9 Wie hoch waren ungefähr die Gesamtreisekosten (Fahrt / Flug, Unterkunft und Verpflegung, **ohne** persönliche individuelle Ausgaben vor Ort, wie z.B. für Einkäufe, Souvenirs, etc.)?

ca. _____ DM

5.10 Wie hoch war **zum damaligen Zeitpunkt** Ihr monatliches Netto-Familien-Einkommen?

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| bis 1000 DM | 1000 bis 2500 DM | 2500 bis 4000 DM | 4000 bis 6500 DM | 6500 bis 10000 DM | über 10000 DM |

Bitte fahren Sie fort mit Frage 5.13

5.11 Wie hoch waren ungefähr die Reisekosten **pro Person** (Fahrt / Flug, Unterkunft und Verpflegung, **ohne** persönliche individuelle Ausgaben vor Ort, wie z.B. für Einkäufe, Souvenirs, etc.)?

ca. _____ DM

5.12 Wie hoch war **zu diesem Zeitpunkt** Ihr monatliches Nettoeinkommen in DM?

- | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| bis 600 DM | 600 bis 1000 DM | 1000 bis 1500 DM | 1500 bis 2000 DM | 2000 bis 3500 DM | 3500 bis 5000 DM | 5000 bis 7000 DM | über 7000 DM |

5.13 Wie lange dauerte dieser Urlaub in Tagen inklusive Hin- und Rückreisetag?

_____ Tage

5.14 Wie viele Urlaubstage hatten Sie in jenem Jahr für Urlaub zur Verfügung?

_____ Tage

5.15 Wieviel Wert legen Sie generell auf die folgenden Eigenschaften in Bezug auf Ihre Unterkunft?

	sehr viel	viel	mäßig	kaum	keinen
Sauberkeit	①	②	③	④	⑤
Komfort	①	②	③	④	⑤
deutsches Essen	①	②	③	④	⑤
Service	①	②	③	④	⑤
deutsche Sprache	①	②	③	④	⑤

5.16 Wieviel Wert legen Sie prinzipiell darauf, daß der Urlaub für Sie organisiert wird?

- | | | | | |
|-----------|------|-------|------|--------|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| sehr viel | viel | mäßig | kaum | keinen |

5.17 Wieviel Zeit verbrachten Sie damit, Ihren Urlaub zu planen, nachdem Sie sich für diesen Urlaub entschieden hatten? Wenn es sich um ein *Last-Minute* Angebot handelte, so geben Sie das bitte an.

- Last Minute Angebot
- weniger als eine Woche
- 1 bis 4 Wochen
- 1 bis 2 Monate
- 2 bis 6 Monate
- länger als ein halbes Jahr

5.18 Hätten Sie gern mehr Zeit gehabt, Ihren Urlaub zu planen?

- ja
- nein

5.19 Wer hatte damals den Urlaub geplant?

- ich
- (auch) jemand anders

Bitte tragen Sie bitte auch diesen Namen oder die Initialen dieser Person in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

5.20 Haben Sie persönlich zur Buchung des Urlaubs ein Reisebüro eingeschaltet?

- nein (**bitte weiter mit Frage 5.23**)
- ja

5.21 Wie sind Sie zu diesem Reisebüro gekommen?

- a. Es wurde von Freunden / Bekannten / Familie empfohlen.
- b. Ich hatte persönliche Bekannte im Reisebüro.
- c. Es lag gerade auf meinem Weg / Ich bin zufällig vorbeigegangen.
- d. durch Werbung
- e. sonstige, und zwar: _____

Wenn Sie **a.** oder **b.** angekreuzt haben, welche Personen waren dabei am wichtigsten? Tragen Sie bitte die Namen oder Initialen dieser Personen in das **Namensschema** am Ende des Fragebogens ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragennummer hinzu.

5.22 Wie zufrieden waren Sie ganz allgemein mit diesem Reisebüro?

- | | | | | |
|----------------|-----------|--------------|-------------|------------------|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| sehr zufrieden | zufrieden | teils, teils | unzufrieden | sehr unzufrieden |

5.23 Gab es einen Reiseveranstalter?

- nein (**bitte weiter mit Frage 5.25**)
- ja, und zwar: _____

5.24 Wie zufrieden waren Sie mit dem Veranstalter?

sehr zufrieden

①

zufrieden

②

teils, teils

③

unzufrieden

④

sehr unzufrieden

⑤

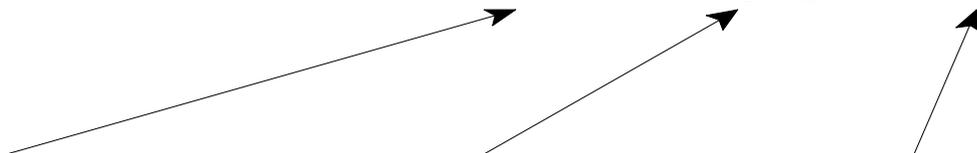
5.25 Hatten Sie vorher schon einmal schlechte Erfahrungen mit einem Reisebüro oder Reiseveranstalter gemacht? nein, keine schlechten Erfahrungen mit Reisebüro oder Veranstalter (➔ **weiter mit Frage 5.29**) ja, mit einem Reisebüro ja, mit einem Reiseveranstalter**5.26** Womit genau hatten Sie schlechte Erfahrungen (im Vergleich dazu, was Ihnen versprochen wurde)? mit dem Urlaubsort / Hotel / der Unterkunft am Urlaubsort mit dem Service im Reisebüro mit dem Service am Urlaubsort mit der Fluggesellschaft mit dem Kultur- und Freizeitangebot mit dem Preis - Leistungsverhältnis der Reise im allgemeinen Sonstiges, und zwar: _____**5.27** Haben Sie darauf hin bei dem Reisebüro / Reiseveranstalter Schadensersatzforderungen geltend gemacht? nein (**bitte weiter mit Frage 5.29**) ja**5.28** Sind Sie für die Ihnen entstandenen Schäden entschädigt worden? ja nein weiß nicht mehr

5.31 Wie haben Sie sich **über Landschaft und Klima** Ihres Reiseziels und **die Mentalität** der ansässigen Bevölkerung informiert?

Kreuzen Sie bei dieser Frage bitte **zuerst** die Informationsquellen an, die Sie genutzt haben, und beantworten Sie **dann** die Fragen zum Aufwand bei der Suche, zur Ergiebigkeit und zur Glaubwürdigkeit der Informationsquellen (siehe unten).

- Ich habe mich gar nicht informiert, weil: _____
- persönliches Gespräch im Reisebüro ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤
- Kataloge ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤
- Familie, Freunde, Bekannte, Kollegen ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤
 ➔ bitte die wichtigsten ins Namensschema eintragen
- Fernsehen, Videos, Vorträge, Videotext ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤
- Reiseführer, Bücher, Zeitung / Zeitschriften ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤
- Internet ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤
- Sonstiges,
 und zwar: _____ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤
 und: _____ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤ ① ② ③ ④ ⑤

Aufwand **Ergiebigkeit** **Glaubwürdigkeit**



Mit welchem Aufwand haben Sie sich bei der betreffenden Quelle informiert.	Hielten Sie diese Informationen damals für ausreichend ?	Wie glaubwürdig erschien Ihnen die betreffende Informationsquelle?
1 : mit sehr großem Aufwand	1 : voll und ganz	1 : vollkommen glaubwürdig
2 : mit eher großem Aufwand	2 : überwiegend	2 : eher glaubwürdig
3 : mit mäßigem Aufwand	3 : einigermaßen	3 : mäßig glaubwürdig
4 : mit eher geringem Aufwand	4 : kaum ausreichend	4 : eher unglaubwürdig
5 : mit sehr geringem Aufwand	5 : nicht ausreichend	5 : ganz und gar unglaubwürdig

5.32 Wie wichtig war es für Sie, sich über die Landschaft und das Klima Ihres Reiseziels und die Mentalität der ansässigen Bevölkerung zu informieren?

- ①
sehr wichtig
- ②
eher wichtig
- ③
mäßig wichtig
- ④
eher unwichtig
- ⑤
unwichtig

5.35 Ganz allgemein, welche Informationsquelle war für Sie die wichtigste bei der Planung Ihres Urlaubs?
(Sie können mehrere aufzählen, bitte ordnen Sie sie aber nach der Wichtigkeit)

5.36 Wie denken Sie an diesen Urlaub zurück?

- Ich würde alles tun, diesen Urlaub noch einmal zu erleben.
- Der Urlaub war gelungen.
- Ich hatte schon bessere, dieser war aber nicht schlecht.
- Ich denke viel lieber an andere Urlaube zurück.
- Dieser Urlaub war rausgeschmissenes Geld.

6 Freunde, Familie und Bekannte

6.1 Wie eingangs erwähnt, untersuchen wir in dieser Erhebung die Rolle, die Freunde, Familie und Bekannte bei schwierigen Alltagentscheidungen spielen.

Bitte schauen Sie noch einmal in das von Ihnen ausgefüllte Namensschema. Fehlen dabei noch Personen, mit denen Sie normalerweise über wichtige private Entscheidungen oder Probleme sprechen oder die aus anderen Gründen sehr wichtig für Sie sind?

Bitte tragen Sie auch diese Personen in **des Namenschema** ein. Falls die Person schon eher genannt wurde, fügen Sie die Fragenummer hinzu.

Zum Abschluß möchten wir gerne noch etwas mehr über die Personen erfahren, die Sie in das Namensschema eingetragen haben.

6.2 Welche Namen bzw. Initialen sind welche Beziehung für Sie?

Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte A** im Namensschema ein.

- 1 Ehepartner
- 2 Eltern
- 3 Schwiegereltern
- 4 Bruder
- 5 Schwester
- 6 Kinder
- 7 andere Familienmitglieder
- 8 Freunde
- 9 Bekannte
- 10 Kollegen
- 11 Vorgesetzte
- 12 Untergeordnete
- 13 Nachbarn

6.3 Können Sie mir auch sagen, ob diese Personen Männer oder Frauen sind?
Bitte tragen Sie "W" für Frauen und "M" für Männer in **Spalte B** im Namensschema ein.

6.4 Wie alt sind die genannten Personen ungefähr?
Bitte tragen Sie die Altersgruppe in **Spalte C** im Namensschema ein.

①	②	③	④	⑤	⑥
bis 20	21 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	über 60

6.5 Und wie verbunden fühlen Sie sich mit diesen Personen?
Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte D** im Namensschema ein.

- 1 überhaupt nicht intensiv
- 2 nicht besonders intensiv
- 3 'mittelmäßig' intensiv
- 4 ziemlich intensiv
- 5 sehr intensiv

6.6 Wie oft treffen Sie sich mit den genannten Personen ungefähr?
Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte E** im Namensschema ein.

- 1 täglich
- 2 mehrmals wöchentlich
- 3 mehrmals monatlich
- 4 mehrmals im Jahr
- 5 seltener

6.7 Wie weit wohnen die genannten Personen von Ihnen entfernt?
Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte F** im Namensschema ein.

- 1 weniger als 1 km (unmittelbare Nachbarschaft)
- 2 1 - 5 km (in der Gegend)
- 3 ca. 6 - 15 km (auch in Leipzig)
- 4 16 - 100 km (Umgebung von Leipzig)
- 5 über 100 km

6.8 Was glauben Sie, welche Partei die genannte Person wählen würde, wenn nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre?
Bitte tragen Sie diese Angaben in **Spalte G** im Namensschema ein.

- 1 SPD
- 2 CDU
- 3 Bündnis 90 / Die Grünen
- 4 FDP
- 5 PDS
- 6 NPD
- 7 eine andere Partei, und zwar: _____

C.2. Netzwerkgenerator**NAMENSSCHEMA**

Person (Vorname, Initiale)	WICHTIG ! Bei welchen Fragen spielte diese Person eine Rolle?
1. _____	
2. _____	
3. _____	
4. _____	
5. _____	
6. _____	
7. _____	
8. _____	
9. _____	
10. _____	
11. _____	
12. _____	
13. _____	
14. _____	
15. _____	
16. _____	
17. _____	
18. _____	
19. _____	

		Fragen in Teil 6 des Fragebogens						
Person	Beruf (möglichst genaue Bezeichnung, ggf. zuletzt ausgeübter Beruf)	Spalte A Rolle	Spalte B Geschlecht (M / W)	Spalte C Alters- kategorie	Spalte D Verbun- denheit	Spalte E Kontakt	Spalte F Ent- fernung	Spalte G Wahl- frage
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								
6.								
7.								
8.								
9.								
10.								
11.								
12.								
13.								
14.								
15.								
16.								
17.								
18.								
19.								

1 (Ehe-)Partner	1 bis 20	1 überhaupt nicht intensiv	1 täglich	1 weniger als 1 km (unmittelbare Nachbarschaft)	1 SPD
2 Eltern					2 CDU
3 Schwiegereltern	2 20-29	2 nicht besonders intensiv	2 mehrmals wöchentlich	2 1 - 5 km (in der Gegend)	3 Bündnis 90 / Die Grünen
4 Bruder	3 30 - 39	3 'mittelmäßig' intensiv	3 mehrmals monatlich	3 ca. 6 - 15 km (auch in Leipzig)	4 FDP
5 Schwester	4 40 - 49	4 ziemlich intensiv	4 mehrmals im Jahr	4 16 - 100 km (Umgebung von Leipzig)	5 PDS
6 Kinder	5 50 - 59	5 sehr intensiv	5 seltener	5 über 100 km	6 NPD
7 andere Familien- mitglieder	6 über 60				7 andere Partei
8 Freunde					
9 Bekannte					
10 Kollegen					
11 Vorgesetzte					
12 Unterstellte					
13 Nachbarn					

C.3. Kontaktblatt**Interviewerbogen**0.1 Geschlecht des Befragten: Mann Frau

0.2 Postleitzahl: _____

0.3 Datum des Interviews: _____

0.4 Dauer des Interviews von _____ bis _____

0.5 Wie freundlich war der Befragte?

sehr freundlich

freundlich

neutral

unfreundlich

sehr unfreundlich

①

②

③

④

⑤

0.6 Wie ernst nahm der Befragte das Interview?

sehr ernst

ernst

teils, teils

kaum ernst

überhaupt nicht ernst

①

②

③

④

⑤

0.7 Bitte schätzen Sie das Interesse des Befragten an den einzelnen Themen

	sehr hoch	hoch	mäßig	niedrig	sehr niedrig
Wohnung	①	②	③	④	⑤
Versicherung	①	②	③	④	⑤
Zahnarzt	①	②	③	④	⑤
Urlaub	①	②	③	④	⑤

0.8 Namen der Interviewer:

1. _____

2. _____

0.9 Anmerkungen (welche Probleme bei welchen Fragen u.ä.):

Bisher erschienene Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie

(für eine vollständige Übersicht der z.T. als PDF zur Verfügung stehenden Texte siehe: <http://www.uni-leipzig.de/~sozio/> Rubrik: Projekte)

- Nr. 1 (1/99)
Tätigkeitsbericht des Instituts für Soziologie 1997/98.
- Nr. 2 (1/99)
Martin Abraham & Thomas Voss: *Das Zahlungsverhalten von Geschäftspartnern. Eine Untersuchung des Zahlungsverhaltens im Handwerk für den Raum Leipzig.*
- Nr. 3 (1/99)
Martin Abraham, Thomas Voss, Christian Seyde & Sabine Michel: *Das Zahlungsverhalten von Geschäftspartnern. Eine Untersuchung des Zahlungsverhaltens im Handwerk für den Raum Leipzig. Codebuch zur Studie.*
- Nr. 4 (4/99)
Thomas Voss & Martin Abraham: *Rational Choice Theory in Sociology: A Survey.*
- Nr. 5 (7/99)
Martin Abraham: *The Carrot on the Stick. Individual Job Performance, Internal Status and the Effect of Employee Benefits.*
- Nr. 6 (11/99)
Kerstin Tews: *Umweltpolitik in einer erweiterten EU. Problematische Konsequenzen des einseitigen Rechtsanpassungszwangs am Beispiel der umweltpolitischen Koordination zwischen der EU und Polen.*
- Nr. 7 (1/00)
Martin Abraham & Christian Seyde: *Das Zahlungsverhalten von Auftraggebern: Eine Auswertung der Mittelstandsbefragung der Creditreform e.V. im Frühjahr 1999.*
- Nr. 8 (3/00)
Martin Abraham & Per Kropp: *Die soziale Einbettung von Konsumententscheidungen. Studienbeschreibung und Codebook.*
- Nr. 9 (6/00)
Martin Abraham: *Vertrauen, Macht und soziale Einbettung in wirtschaftlichen Transaktionen: Das Beispiel des Zahlungsverhaltens von Geschäftspartnern.*
- Nr. 10 (7/00)
Martin Abraham & Per Kropp: *Die Bedeutung sozialer Einbettung für Konsumententscheidungen privater Akteure. Bericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft.*
- Nr. 11(8/00)
Olaf Struck & Julia Simonson: *Stabilität und De-Stabilität am betrieblichen Arbeitsmarkt: Eine Untersuchung zur betrieblichen Übergangspolitik in west- und ostdeutschen Unternehmen.*
- Nr. 12(8/00)
Jan Skrobaneck: *Soziale Identifikationstypen? - Anmerkungen zur ganzheitlichen Erfassung der Typik von "Identifikation".*
- Nr. 13 (09/00)
Sonja Haug: *Soziales Kapital, Migrationsentscheidungen und Kettenmigrationsprozesse. Das Beispiel der italienischen Migranten in Deutschland.*
- Nr. 14 (11/00)
Roger Berger, Per Kropp & Thomas Voss: *Das Management des EDV-Einkaufs 1999. Codebook.*
- Nr. 15 (12/00)
Olaf Struck: *Continuity and Change. Coping strategies in a time of social change.*
- Nr. 16 (12/00)
Olaf Struck: *Gatekeeping zwischen Individuum, Organisation und Institution. Zur Bedeutung und Analyse von Gatekeeping am Beispiel von Übergängen im Lebensverlauf.*
- Nr. 17 (12/00)
Martin Abraham & Per Kropp: *Die institutionelle und soziale Einbettung von Suchprozessen für wirtschaftliche Transaktionen: Das Beispiel der Wohnungssuche. (S. 415-431 in Normen und Institutionen: Entstehung und Wirkungen, herausgegeben von Regina Metze, Kurt Mühler, und Karl-Dieter Opp. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag 2000).*
- Nr. 18 (05/01)
Georg Vobruba: *Die offene Armutsfalle. Lebensbewältigung an der Schnittstelle von Arbeitsmarkt und Sozialstaat.*
- Nr. 19 (05/01)
Per Kropp, Christian Seyde & Thomas Voss. *Das Management des EDV-Einkaufs - Soziale Einbettung und Gestaltung wirtschaftlicher Transaktionen. Eine empirische Untersuchung am Beispiel der Beschaffung informationstechnischer Leistungen und Produkte durch Klein- und Mittelbetriebe. Abschlussbericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft.*
- Nr. 20 (08/01)
Tätigkeitsbericht des Instituts für Soziologie 1999/2000.
- Nr. 21 (08/01)
Olaf Struck (Hrsg.): *Berufliche Stabilitäts- und Flexibilitätsorientierungen in Ostdeutschland. Ergebnisse eines Forschungspraktikums.*
- Nr. 22 (11/01)
Per Kropp: *"Mit Arbeit - ohne Arbeit" Erwerbsverläufe seit der Wende. Codebook.*
- Nr. 23 (11/01)
Per Kropp & Kurt Mühler: *"Mit Arbeit - ohne Arbeit" Erwerbsverläufe seit der Wende. Abschlussbericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft.*
- Nr. 24 (11/01)
Regina Metze & Jürgen Schroeckh: *Raumbezogene Identifikation in Low- und High-Cost-Situationen. Zur Systematisierung von Entscheidungskontexten.*
- Nr. 25 (11/01)
Regina Metze & Jürgen Schroeckh: *Kooperationsregeln als Kollektivgut? - Versuch einer kulturalistischen Erklärung regionaler Kooperationsstrukturen.*
- Nr. 26 (04/02)
Sonja Haug, Ulf Liebe & Per Kropp: *Absolvent 2000. Erhebungsbericht und Codebook einer Verbleibsstudie ehemaliger Studierender an der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie.*
- Nr. 27 (04/02)
Martin Abraham: *Die endogene Stabilisierung von Partnerschaften: Das Beispiel der Unternehmensbesitzer.*
- Nr. 28 (05/02)
Sylke Nissen: *Die Dialektik von Individualisierung und moderner Sozialpolitik: Wie der Sozialstaat die Menschen und die Menschen den Sozialstaat verändern.*
- Nr. 29 (08/02)
Georg Vobruba: *Freiheit und soziale Sicherheit. Autonomiegewinne der Leute im Wohlfahrtsstaat.*
- Nr. 30 (08/02)
Georg Vobruba: *Die sozialpolitische Selbstermöglichung von Politik.*
- Nr. 31 (11/02)
Beer, Manuela, Ulf Liebe, Sonja Haug und Per Kropp: *Ego-zentrierte soziale Netzwerke beim Berufseinstieg. Eine Analyse der Homophilie, Homogenität und Netzwerkdicke ehemaliger Studierender an der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie in Leipzig.*
- Nr. 32 (12/02)
Haug, Sonja und Per Kropp: *Soziale Netzwerke und der Berufseinstieg von Akademikern. Eine Untersuchung ehemaliger Studierender an der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie in Leipzig.*
- Nr. 33 (01/03)
Andreas Diekmann, Thomas Voss: *Social Norms and Reciprocity.*
- Nr. 34 (03/03)
Martin Abraham. *With a Little Help from my Spouse: The Role of Trust in Family Business.*
- Nr. 35 (04/03)
Ulf Liebe: *Probleme und Konflikte in wirtschaftlichen Transaktionen.*
- Nr. 36 (09/03)
Tätigkeitsbericht des Instituts für Soziologie 2001/2002.
- Nr. 37 (09/03)
Manuela Vieth: *Sanktionen in sozialen Dilemmata. Eine spieltheoretische Untersuchung mit Hilfe eines faktoriellen Online-Surveys.*
- Nr. 38 (10/03)
Christian Marschallek: *Die "schlichte Notwendigkeit" privater Altersvorsorge. Zur Wissenssoziologie der deutschen Rentenpolitik.*
- Nr. 39 (10/03)
Per Kropp und Simone Bartsch: *Die soziale Einbettung von Konsumententscheidungen. Studienbeschreibung und Codebook der Erhebung 2003.*
- Nr. 40 (01/04)
Manuela Vieth: *Reziprozität im Gefangenendilemma. Eine spieltheoretische Untersuchung mit Hilfe eines faktoriellen Online-Surveys.*
- Nr. 41 (01/04)
Oliver Klimt, Matthias Müller und Heiko Rauhut: *Das Verlangen nach Überwachen und Strafen in der Leipziger Bevölkerung.*

Informationen und Bezugsmöglichkeiten:

Dr. Per Kropp, Universität Leipzig, Institut für Soziologie, Beethovenstr. 15, 04107 Leipzig, bzw. <http://www.uni-leipzig.de/~sozio/> > Projekte