

Die eingesetzte Festnetzstichprobe war als eine mehrfach geschichtete Zufallsauswahl angelegt, bei der eine regionale Vorschichtung nach den vier Bundesländern Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Hamburg (unter Berücksichtigung eines disproportionalen Stichprobenansatzes) und innerhalb der Bundesländer anhand von Landkreisen bzw. kreisfreien Städten und BIK-Größenklassen vorgenommen wurde.

(vgl.: <https://www.adm-ev.de/leistungen/arbeitsgemeinschaft-adm-stichproben/>)

Im Haushalt erfolgte die Auswahl einer Zielperson nach Zufall. Hierfür wurde der „Schwedenschlüssel“ angewendet, bei dem zunächst festgehalten wird, wie viele Personen in der relevanten Altersgruppe zum Haushalt gehören. Danach wählt der Computer per Zufallsgenerator eine dieser Personen aus, die dann befragt wird. Da einzelne Zielgruppen in Festnetzstichproben nicht mehr ausreichend ausgeschöpft werden können, wurde die am stärksten betroffene Zielgruppe der 14-39-Jährigen, unter Berücksichtigung der Disproportionalitäten der vier Bundesländer, mittels einer Parallelstichprobe geboostet. Die Qualität der Stichprobe wird mittels Kennziffern, wie GINI-Koeffizient bzw. Effektivität der Gewichtung sowie Antwortquote und Kooperationsquote gesichert.

(vgl.: <https://www.adm-ev.de/wp-content/uploads/2018/07/Standards-zur-Qualitätssicherung.pdf>)

Die Kosten solcher Umfragen sind generell abhängig von der Fragebogenlänge, der Zahl der Befragten und dem Studiendesign. Konkrete Kosten kann ich Ihnen wegen der vertraglichen Vertraulichkeit – die im Übrigen auch bei Geltung des HmbTG zu berücksichtigen wäre – nicht mitteilen. Ich kann Ihnen aber versichern, dass mittels des durchgeführten förmlichen EU-Vergabeverfahrens der wirtschaftlichste Anbieter ermittelt wurde.

Eine Kostenpflicht entsteht durch Ihre Anfrage und diese Antwort für Sie nicht.

Mit freundlichem Gruß



Leiterin NDR Medienforschung

Herrn
[REDACTED] HöfsIhr Zeichen
hd

Unser Zeichen

Durchwahl
2125Fax
3023

E-Mail ...@ndr.de

Datum
24.02.2020**Ihre Mails vom 09.02.2020 und 10.02.2020**

Sehr geehrter Herr Höfs,

vielen Dank für Ihre Nachfragen zum NDR Image Trend 2019 mit Ihren beiden Mails vom 09. und 10.02.2020, die Sie einerseits über das Portal von fragdenstaat.de und andererseits direkt an den NDR gesendet haben. Herr Knuth hat mich als fachlich Zuständige gebeten, Ihnen direkt zu antworten.

Zunächst darf ich Sie darauf hinweisen, dass ein Landestransparenzgesetz wie das HmbTG sich an staatliche Stellen richtet und auf eine öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt wie den NDR nicht anwendbar ist. Der NDR ist auf Basis des NDR-Staatsvertrags staatsfern organisiert und gehört daher nicht zu den staatlichen Stellen, wie sie von Portalen wie FragDenStaat adressiert werden. Weil Transparenz und Informationszugang zum Selbstverständnis des NDR im Rahmen seines in § 1 Abs. 2 NDR-Staatsvertrag festgelegten Selbstverwaltungsrechts gehören, kann ich Ihnen Folgendes mitteilen:

Um die Repräsentativität einer Studie zu gewährleisten, muss die Stichprobe bestimmten Anforderungen genügen, die hier auch eingehalten wurden. Als ein Beispiel für repräsentativen Studien möchte ich Sie auf die regelmäßigen Befragungen verschiedener Marktforschungsinstitute zur politischen Stimmung zwischen den Wahlen, die sog. Sonntagsfrage, hinweisen. Dafür werden bundesweit lediglich 1.500 bis 2.500 wahlberechtigte Personen befragt, was zu aussagekräftigen Ergebnissen führt.

Für den NDR Trend wurde eine Stichprobe auf Basis der „ADM Auswahlgrundlage für Telefonstichproben“ gezogen. ADM steht für Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute. Der aktuelle Auswahlrahmen, das sog. ADM-Telefonstichproben-System, basiert auf den im Internet veröffentlichten Eckdaten des Nummernraums, den die Bundesnetzagentur den Telefonanbietern zur Verfügung stellt und verwaltet. Dieser Nummernraum umfasst prinzipiell alle in Deutschland nutzbaren Telefonnummern.