

# gesis

Leibniz-Institut  
für Sozialwissenschaften



Die Adresdatenbank der Deutschen Post  
Direkt (DPD) als Ziehungsrahmen für  
Bevölkerungsumfragen in Deutschland

Jahrestagung 2021 der ASI  
und der DGS-Sektion  
Methoden der empirischen Sozialforschung

Sven Stadtmüller<sup>1</sup>, Henning Silber<sup>1</sup>, Tobias Gummer<sup>1</sup>, Matthias Sand<sup>1</sup>, Stefan Zins<sup>2</sup>, Christoph Beuthner<sup>1</sup>, & Pablo Christmann<sup>1</sup>

<sup>1</sup> GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

<sup>2</sup> Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

## Hintergrund und Relevanz

- Dezentrales Melderegister führt zu Problemen bei der Stichprobenziehung
  - ▶ Hoher Zeit- und Kostenaufwand
  - ▶ Einzelne Kommunen können Registerauskunft verweigern
  
- Zwei relevante Szenarien:
  1. Umfrageprojekte mit geringen Ressourcen (Szenario: Alternative)
  2. Umfrageprojekte, die sich mit Verweigerungen auf Ebene der Kommunen konfrontiert sehen (Szenario: Komplement)

# Die DPD-Datenbank

- Deutsche Post Direkt verwaltet die größte gewerbliche Adressdatenbank in Deutschland
  - ▶ Wird bislang weitgehend/ausschließlich für Marketingzwecke verwendet
  - ▶ 220 Millionen aktuelle und ältere Einträge (Personenanschriften)
  - ▶ Allenfalls spärliche Informationen zum Bezug und zur Aktualisierung der Personenanschriften verfügbar
  
- Zielsetzung
  - ▶ Durchführung einer Pilotstudie zur Evaluation der Tauglichkeit der Adressdatenbank als Ziehungsrahmen für die beiden Szenarien

# Die Studie

- Durchführung von zwei parallelen Befragungen in Mannheim
  - ▶ Zufallsziehung von jeweils 3.000 Personenanschriften aus dem Melderegister und aus der DPD-Datenbank
  - ▶ Selbstadministrierte Mixed-Mode Studie (Web & Mail)
  - ▶ Acht Gruppen pro Befragung mit Kombinationen aus kleinen prepaid-Incentives im Erst- oder Zweitkontakt und Modussequenz (simultan vs. sequentiell)
  - ▶ Feldzeit: November 2019 – Februar 2020
  - ▶ Klassische, sozialwissenschaftliche Mehrthemenbefragung
  - ▶ Zwei Kontaktversuche



# Evaluationskriterien

- **Machbarkeit**
  - ▶ Wie lange dauert die Adressbereitstellung und wie viel kosten die Adressen?
  - ▶ Gibt es bei der Nutzung der DPD-Datenbank Restriktionen in Bezug auf Moduswahl und/oder Feldarbeit?
- **Rücklauf**
  - ▶ Welchen Rücklauf erzielt die DPD-Befragung?
- **Aktualität**
  - ▶ Wie hoch ist der Anteil an Zielpersonen, denen der Fragebogen nicht zugestellt werden konnte?
- **Stichprobenszusammensetzung**
  - ▶ Wie setzt sich die Stichprobe in Bezug auf demografische und substantielle Merkmale zusammen?

# Ergebnisse I

## ■ Machbarkeit

- + Adressbereitstellung innerhalb von fünf Werktagen
- + 1.000 Adressen kosten 84 Euro, unabhängig von ihrer regionalen Herkunft (Stand: Okt. 2019)
- Nutzung der Adressen ist nur über einen Druckdienstleister möglich
- Mindestauftragswert von 1.000 Euro
- Zweiter Kontakt zählt als neue Ziehung
- Anschreiben muss standardisierte Datenschutzinformation enthalten
- Zwischen zwei Kontakten müssen mindestens vier Wochen liegen

gesis Leibniz-Institut  
für Sozialwissenschaften

Kontakttelefon:  
0621 1246-952 oder 0621 1246-955  
(Mo.-Fr. 10:00-12:00 und von 14:00-16:00 Uhr)

E-Mail:  
sven.stadtmueller@gesis.org

Studienwebseite:  
<https://www.gesis.org/mannheim-monitor>

Mannheim, 04. November 2019

Der Mannheim-Monitor 2019: Ihre Meinung ist uns wichtig!

Sehr geehrte/r Frau/Herr Gernemitmacher,

wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Leben in Mannheim? Und was denken Sie zur politischen Situation in Deutschland und über die Relevanz von Umfragen? Mit dem Mannheim-Monitor möchten wir Antworten auf diese Fragen erhalten. Daher bitten wir Sie heute, an unserer Befragung teilzunehmen.

Für den Mannheim-Monitor wurden insgesamt 6.000 Bürgerinnen und Bürger der Stadt zufällig ausgewählt. Durchgeführt wird die Befragung von GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. GESIS ist eine von Bund und Ländern finanzierte wissenschaftliche Forschungseinrichtung mit Sitz in Mannheim und Köln. Selbstverständlich hält GESIS den Datenschutz ein. Nähere Informationen hierzu sowie Erläuterungen zur Herkunft Ihrer Adressdaten finden Sie in der beiliegenden Datenschutzerklärung.

Um teilzunehmen, geben Sie einfach in Ihrem Browser am PC, Notebook oder Tablet diese Webadresse und Ihr Passwort ein:

**Webadresse:** <https://www.unipark.de/uc/mannheimmonitor/a>  
**Ihr Passwort:**

Natürlich ist Ihre Teilnahme an der Befragung freiwillig. Jedoch sind die Ergebnisse des Mannheim-Monitors nur aussagekräftig, wenn möglichst alle ausgewählten Personen mitmachen. Daher sind auch Sie persönlich und Ihre Teilnahme für uns besonders wichtig. Die Befragung dauert zirka 20 Minuten.

Für Fragen können Sie sich gerne per E-Mail an mich wenden oder unsere Hotline anrufen (Kontaktdaten siehe oben). Unter [www.gesis.org/mannheim-monitor](http://www.gesis.org/mannheim-monitor) finden Sie zudem weiterführende Informationen zur Studie. Dort werden zu Beginn des kommenden Jahres auch die wichtigsten Resultate zu finden sein. Bitte betrachten Sie die Münze als eine kleine Anerkennung für Ihre Mühe. Ich freue mich, wenn Sie am Mannheim-Monitor teilnehmen und bedanke mich sehr herzlich für Ihre Unterstützung.

Mit freundlichen Grüßen  
*Sven Stadtmüller*  
Dr. Sven Stadtmüller

Datenschutzinformation: Verantwortliche i.S.d. DSGVO ist Deutsche Post Direkt GmbH, Jünkersting 97, 53844 Troisdorf. Dort erreichen Sie auch deren Datenschutzbeauftragten. Deutsche Post Direkt verarbeitet gem. Art. 6 (1) (f) DSGVO Ihre Adressdaten und Kontaktdaten für Zwecke der Direktwerbung für andere Unternehmen. Weitere Informationen u.a. zu Ihren Rechten auf Auskunft, Berichtigung und Beschwerde erhalten Sie unter [www.postdirekt.de/datenschutz](http://www.postdirekt.de/datenschutz). Wenn Sie künftig keine Werbung mehr von dem hierwerbenden Unternehmen erhalten möchten, wenden Sie sich bitte direkt an dieses Unternehmen. Wenn Sie generell einer Verarbeitung Ihrer Daten für Werbezwecke durch die Deutsche Post Direkt widersprechen wollen, wenden Sie sich bitte an die Deutsche Post Direkt.

## Ergebnisse II

- Rücklauf
  - ▶ AAPOR RR 2
    - Register-Survey: 22,3%
    - DPD-Survey: 26,1%
    - $t=3.26, p<0.01$
  
- Aktualität
  - ▶ Anteil an unzustellbaren Briefen und sonstige Hinweise auf non-eligibility
    - Register-Survey: 10,1%
    - DPD-Survey: 9,3%
    - $t=1.01, p>0.05$

## Ergebnisse III

Demographic variables	Official Data	Register Survey	DPD Survey	p (Register vs. DPD)
Females	49.7	47.9 ns	39.0 ***	**
Age				
18-24	11.6	13.6 ns	1.3 ***	***
25-29	9.8	10.9 ns	2.0 ***	***
30-64	56.9	54.5 ns	62.4 **	**
65-79	14.8	15.9 ns	27.7 ***	***
80 and above	6.9	5.2 ns	6.6 ns	ns

Note. Differences in demographic variables between the Register survey/DPD survey and official data were tested based on (two-sided) one sample tests on the equality of proportions. Differences in demographic variables between the two surveys were tested based on a (two-sided) two-sample test for equal proportions.  
ns=not significant; \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001.

- ▶ Klare Hinweise auf eine Unterrepräsentation von Frauen und Jüngeren im DPD-Survey



## Ergebnisse IV

Demographic variables	Estimates without controlling for age and gender			Estimates after controlling for age and gender		
	Register Survey	DPD Survey	P	Register Survey	DPD Survey	P
Migration background	21.7	11.7	***	19.4	13.1	**
High formal education	61.5	51.7	***	54.4	57.5	ns
Living in Mannheim since birth	32.4	51.0	***	32.6	50.8	***
Married	46.5	66.2	***	51.8	61.8	***
Second residence in Germany	6.6	8.1	ns	5.9	9.0	ns
Employed	58.9	57.1	ns	50.2	63.0	ns

Note. All estimates are predicted proportions based on logistic regression models with the demographic variable as dependent variable and sample as independent variable.

ns=not significant; \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001.

- ▶ Hinweise auf eine Unterrepräsentation von ledigen und mobilen Personen im DPD-Survey

Substantive Items	Estimates without controlling for age and gender			Estimates after controlling for age and gender		
	Register Survey	DPD Survey	P	Register Survey	DPD Survey	P
Self-reported political interest 1= not at all; 7= very much	4.98	5.22	**	5.08	5.13	ns
Politicians do care about what people like me think (external efficacy) 1= fully disagree; 7 = fully agree	3.01	2.69	***	2.98	2.72	**
Abstention from voting	7.6%	5.6%	ns	8.0%	5.3%	ns
Voting intention for the Conservatives	19.3%	24.5%	*	22.2%	22.2%	ns
Interpersonal Trust 0= one cannot be too careful; 1= most people can be trusted	56.2%	56.4%	ns	54.3%	58.0%	ns
<b>Institutional Trust</b>						
Trust in the federal government 1= do not trust at all; 7= fully trust	4.07	3.96	ns	4.12	3.92	*
Trust in the media 1= do not trust at all; 7= fully trust	3.59	3.65	ns	3.66	3.58	ns
Trust in political parties 1= do not trust at all; 7= fully trust	3.27	3.14	ns	3.29	3.12	*
<b>Personality Traits (Big Five)</b>						
Openness to experience 1= very low; 7= very high	4.75	4.59	ns	4.72	4.62	ns
Conscientiousness 1= very low; 7= very high	5.38	5.48	ns	5.44	5.43	ns
Extraversion 1= very low; 7= very high	4.49	4.37	ns	4.43	4.42	ns
Agreeableness 1= very low; 7= very high	4.31	4.35	ns	4.32	4.34	ns
Neuroticism 1= very low; 7= very high	3.39	3.35	ns	3.33	3.41	ns

Note. All estimates are predicted means/proportions based on linear/logistic regression models (logistic regression models were estimated for “Abstention from voting”, “Voting intention for the Conservatives”, and “Interpersonal Trust”) with the substantive item as dependent variable and sample as independent variable.  
ns=not significant \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001.

# Bilanz

## **Szenario Alternative:**

- ▶ Für Umfrageprojekte mit geringem Budget kann die DPD-Datenbank als alternativer Ziehungsrahmen in Frage kommen, sofern eine regional gestreute Stichprobe vorgesehen ist, das primäre Ziel der Umfrage jedoch nicht in validen Punktschätzern für die deutsche Wohnbevölkerung besteht.

## **Szenario Komplement:**

- ▶ Die DPD-Datenbank kann ein Komplement bzw. einen punktuellen Ersatz im Falle der Verweigerung einer Registerauskunft einzelner Kommunen darstellen. Sie weist jedoch einige Probleme auf, die mit jenen anderer Verfahren (Telefonbefragung, Random Route) abzuwägen sind.

Preprint des zugehörigen Papers:  
<https://doi.org/10.31235/osf.io/x26dh>

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

gesis

Leibniz-Institut  
für Sozialwissenschaften

Leibniz  
Leibniz  
Gemeinschaft