

Gemeinsame Tagung der Arbeitsgemeinschaft sozialwissenschaftlicher Institute (ASI) und der DGS-Sektion „Methoden der empirischen Sozialforschung“, gehostet vom SOEP (DIW Berlin): 18.-19. November 2021

Paneldaten: Methodische Qualitätsansprüche, praktische Datenanforderungen und politische Informationsbedarfe

The researcher, the incentive, the panelists and their response – the impact of direct reciprocity on the panelists' survey participation

Rolf Becker

Universität Bern

Email: rolf.becker@edu.unibe.ch

AUSGANGSLAGE

Problemstellung

- > Experimentelle Studien zu Anreizen für Teilnahme an sozialwissenschaftlichen Befragungen (Lipps et al. 2019, 6; Becker et al. 2019, 222; Göritz 2015, 343; Singer and Ye 2013, 114; Scherpenzeel and Toepoel 2012, 483; Lipps 2010, 81; Laurie and Lynn 2009, 205; Singer and Couper 2008, 49; Birnholtz et al. 2004, 357; Singer et al. 1999, 225; Warriner et al. 1996, 545; Church 1993, 75; Wotruba 1966, 400)
- > Unkonditionale monetäre Anreize: Geldbetrag im Voraus (Dillman et al., 2017; Singer et al., 1999)
- > Bestätigung des besonderen Erfolgs von “cash” für
 - unterschiedliche Zielpopulationen (Conn et al. 2019; Mercer et al. 2015; Cantor et al. 2008) Erhebungsmodi (Singer et al. 2000; Church 1993; James & Bolstein 1992; Yammarino et al. 1991) und Erhebungsdesign (Becker, 2021; Becker et al. 2019; Becker and Mehlkop 2011; Lipps 2010; Laurie and Lynn 2009; Jäckle and Lynn 2008; Castiglioni et al. 2008; Diekmann and Jann 2001);
 - Rücklaufquote (Becker et al. 2019; Lipps and Prekari 2016; Göritz 2015; Birnholtz et al. 2014; LaRose and Tsai 2014; Manzo and Burke 2012; Millar and Dillman 2011; Fan and Yan 2010; Göritz 2006; Porter 2004; Cook et al. 2000)
 - Geschwindigkeit (Becker et al. 2019; Becker and Mehlkop 2011; Lipps 2010)

Problemstellung

- > Erklärung des Erfolgs durch Logik der Reziprozität
(Gouldner, 1960; Mauss, 1923/24; Simmel, 1908)
- > Moralisches Prinzip der Gabe, Annahme und Wiedergabe als zentraler Mechanismus für den positiven Effekt auf Ausschöpfung
(Becker et al. 2019, 223; Singer and Ye 2013, 115; Scherpenzeel and Toepoel 2012, 472; Jäckle and Lynn 2008, 107; Ryu et al. 2005, 91; Jobber et al. 2004, 21; Porter 2004, 8; Warriner et al. 1996, 546)
- > Norm der Reziprozität: Ad hoc-Interpretation der experimentellen Ergebnisse
(z.B. Diekmann und Jann, 2001; Gajic et al. 2012, 797; Warriner et al. 1996)
- > Problem: kein valider direkter Test der Reziprozitätshypothese

Fragestellung

- > Ist Reziprozität wirklich das Kernelement für die Erklärung der sozialen Kooperation zwischen Forscher und den ausgewählten Zielpersonen?
- > Kann die Reziprozität die positive Wirkung monetärer Anreize auf Ausschöpfungsquoten erklären?

THEORETISCHER HINTERGRUND

Heuristische Überlegungen

- > Fairer Austausch: Reziprozität als wechselseitig kontingenter Austausch von Gratifikationen (allgemeiner Glaube an Reziprozität als moralische Verpflichtung) (Gouldner, 1960)
- > Gegengabe durch internalisierte Reziprozitätsnorm (Gouldner, 1960; Burger et al., 2009; 16; Singer, 2011; Lipps et al., 2019: 4; Kropf & Blair, 2005: 562)
- > Gabe im Voraus durch Forscher als strategische Reziprozität (Berger & Rauhut, 2015; 719)
- > Vertrauensbildende Massnahme (Millar & Dillman, 2011: 256)
- > Reziprozität als Präferenz (positive und negative Reziprozität):
Freundliches Verhalten → freundliche Reaktion (Fehr & Fischbacher, 2002; Fehr & Gächter, 2000; Falk & Fischbacher, 2006)
- > (Antwort auf Anreiz vs. Interpretation der Anfrage als (un)freundlicher Akt) (Fehr & Gächter, 1998)

Heuristische Überlegungen zur Rolle von Zeit

- > Dauerhaftigkeit:
 - abnehmende Wirkung von Verpflichtung zur Reziprozität in der Zeit (Burger et al. 1997; Chuan et al. 2018)
 - Wiederauffrischung der Verpflichtung zu Reziprozität über „reminder“ (James & Bolstein 1990)

- > Kurze Wartezeit für Gegengabe durch ‚altruistische‘ Reziprozität aufgrund von Bitte für Teilnahme (Diekmann, 2004) oder starke Reziprozität aufgrund eines un konditionalen Geschenks (Singer, 2011)

- > Direkte Reziprozität: Geld (statt anderer Geschenke) gegen Antwort → direkte Antwort vs. Aufschieben der Response (Becker et al. 2019, 223; Birnholtz et al. 2004, 356)

Hypothesen

- > *Hypothese 1:* Ein unbedingter Geldbetrag im Voraus führt wegen einer starken normativen Verpflichtung zu einer raschen Teilnahme an der Befragung. Je grösser die Neigung zur Reziprozität, desto eher wird eine Person den Fragebogen beantworten.
- > *Hypothese 2:* Je länger die Wartezeit bis zur Teilnahme, desto eher verliert sich der Reziprozitätseffekt und desto geringer die Neigung für eine Teilnahme.
- > *Hypothese 3:* Digitale Erinnerungen beleben die Reziprozität wieder, aber deren Wirkung verliert sich über die Feldperiode. Je mehr “reminder” über die Zeit hinweg versendet werden, desto eher frischen sie die Reziprozität auf.

DATEN, VARIABLEN & STATISTISCHES VERFAHREN

Daten der Panelstudie

> Daten

- DAB: Determinanten der Ausbildungswahl und Berufsbildungschancen (Abt. Bildungssoziologie an der Universität Bern) seit 2021 (inzwischen: 9 Wellen)
- Zielpopulation: Jugendliche in der Deutschschweiz (geboren 1997); Ersterhebung per mehrstufiger Zufallsauswahl: 8. Schulklasse im Schuljahr 2011/12
- Paradata der Feldphase für Welle 8 (Mai/Juni 2020) und für Welle 9 (Mai/Juni 2021)
- Linkage mit Informationen über Survey und Zielpersonen
- Fallzahlen: Welle 8: 2,363 kontaktierte Panelisten (RR1: 80%): Befragung über Reziprozität; Welle 9: 2,315 kontaktierte Panelist (RR1: 78 %).

> Befragung über Online-Fragebogen (Internet):

- 10 Schweizer Franken als monetärer Anreiz

Variablen & statisches Verfahren

- > Abhängige Variable
 - Beantwortung des Online-FB
 - Häufigkeit und Zeitpunkt der Teilnahme in der Feldzeit

 - > Unabhängige Variablen
 - Messung von Reziprozitätsnorm – aber nur in Welle 8
 - Bildung (Hoch – Mittel – Niedrig) / Schulnoten im Fach Deutsch
 - Geschlecht
 - Soziale Herkunft (Klassenschema von Erikson & Goldthorpe, 1992)

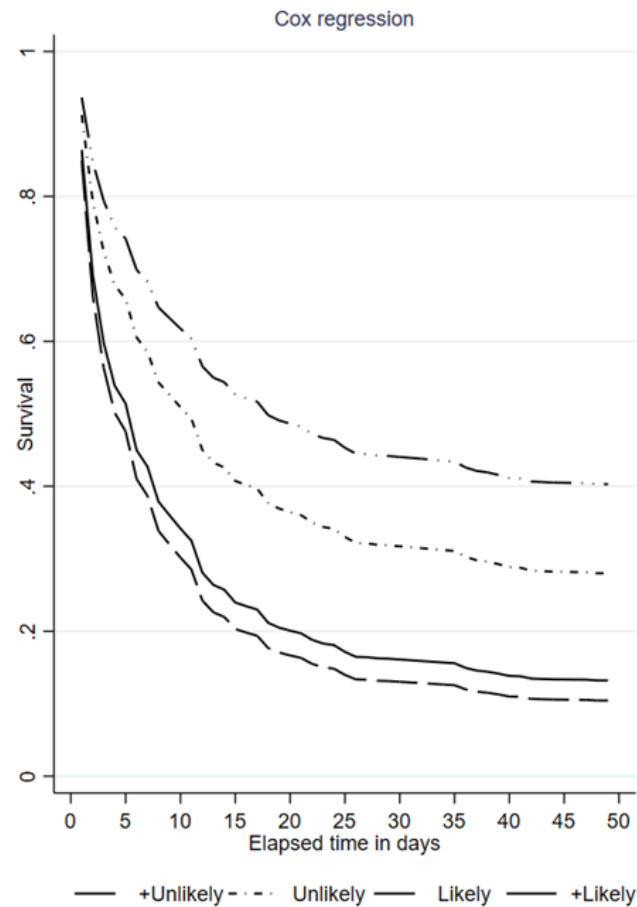
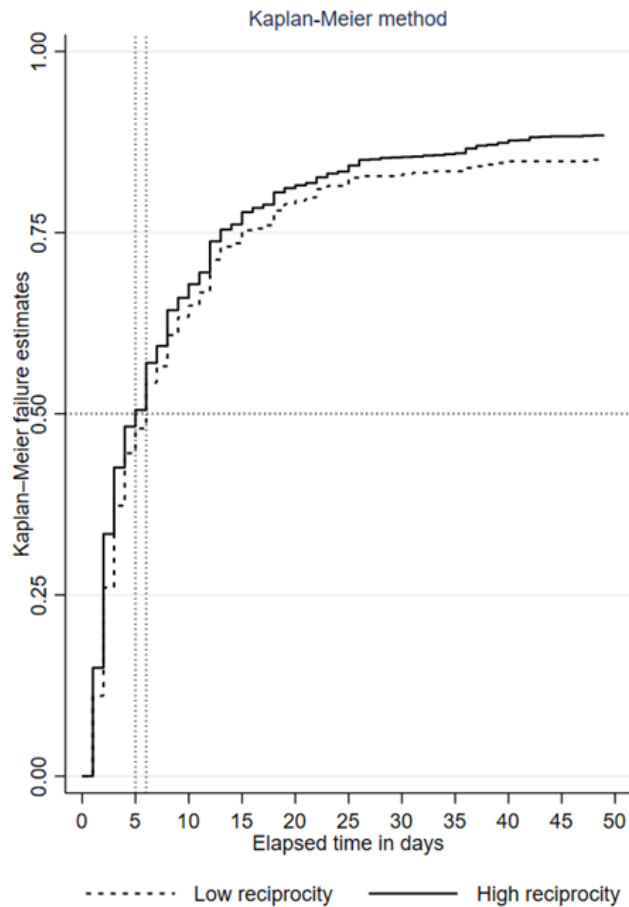
 - > Statistische Verfahren der Ereignisanalyse
 - Nichtparametrisch: Kaplan-Meier-Methode
 - Parametrisch: Exponential-Modell (mit Episodensplitting) sowie Gompertz-Makeham-Modell sowie piecewise constant rate model
-

Operationalisierung der Reziprozität

- > *Direkte Reziprozität*: “If someone gives you something, how likely is it that you will give something to that person as well?”
(Antwortkategorien: von 1 für “sehr unwahrscheinlich” bis 5 für “sehr wahrscheinlich”)
Konvertierung in Dummy-Variablen ($4/5=1$ versus $1/3=0$)
- > Zustimmung zu dieser direkten Reziprozität: 78 vs. 22 Prozent

EMPIRISCHE ERGEBNISSE

Entwicklung der Teilnahme aufgrund von Reziprozität[†]



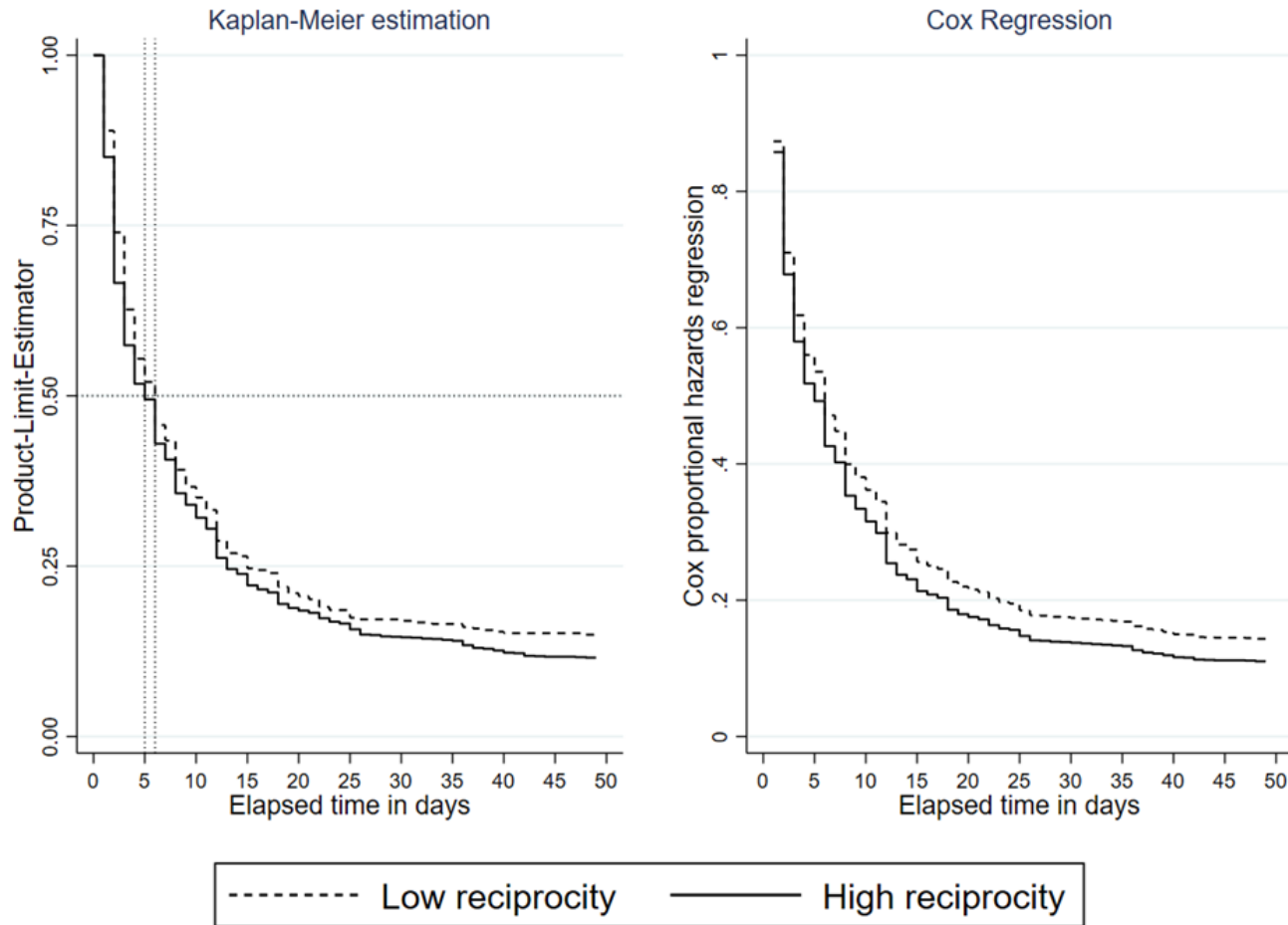
[†] Wave 9 – Participants who responded completely in Wave 8

Rolle der direkten Reziprozität auf Teilnahme an Welle 9 (unter Kontrolle von Geschlecht, Bildung, Sprache und Herkunft)

<i>Model: distribution type</i>	1: <i>Cox</i>	2: <i>Gompertz</i>
<i>Direct reciprocity</i>		
High vs. low direct reciprocity	0.126 (0.055)*	0.129 (0.058)*
<i>Gender (Ref.: Male)</i>		
Female	0.154 (0.046)***	0.163 (0.049)***
<i>Social origin (Ref.: Upper service class)</i>		
Lower service class	0.014 (0.077)	0.009 (0.082)
Routine non-manual employees	0.007 (0.072)	0.007 (0.077)
Farmers, small proprietors	-0.034 (0.096)	-0.043 (0.103)
Foremen, skilled manual workers	-0.090 (0.085)	-0.099 (0.090)
Semi- or unskilled manual workers	-0.175 (0.119)	-0.190 (0.125)
Missing value	-0.111 (0.085)	-0.121 (0.091)
<i>School type (Ref.: Basic requirements)</i>		
Extended requirements	0.212 (0.064)***	0.222 (0.067)***
Advanced requirements	0.432 (0.074)***	0.455 (0.078)***
Other types	0.146 (0.084)	0.149 (0.089)
Language proficiency	0.042 (0.025)	0.044 (0.027)
<i>Constant</i>		-2.261 (0.099)***
<i>Gamma</i>		-0.067 (0.003)***
Number of individuals	1,980	1,980
Number of events	1,736	1,736
LR chi ² (d.f.) / Wald chi ² (d.f.)	74.82 (12)	74.85 (12)

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$; β -coefficients (in brackets: robust standard error).

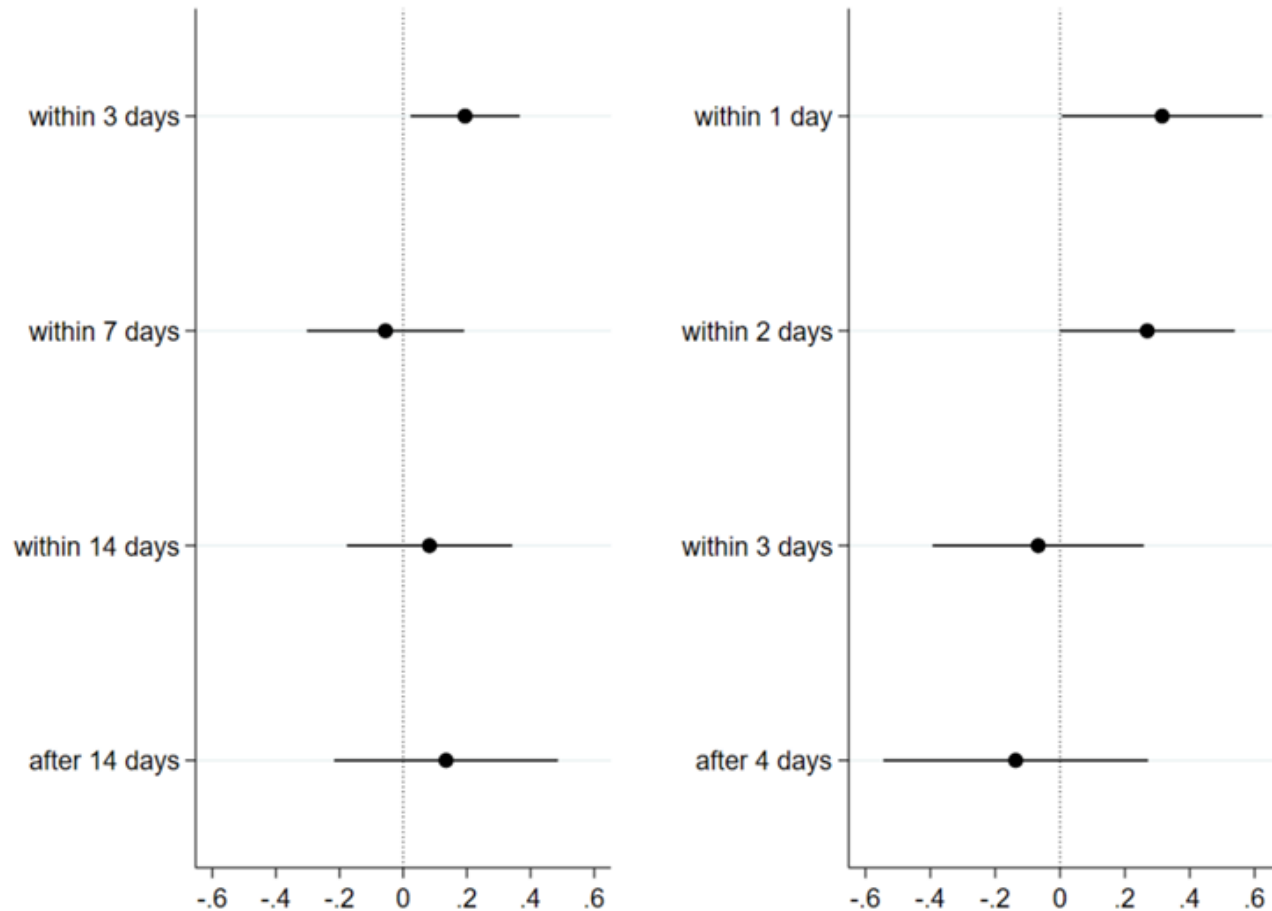
Survival-Analyse für verschiedene Ausgänge in der Gegengabe^{ab}



^a Wave 9 – Participants who responded completely in Wave 8

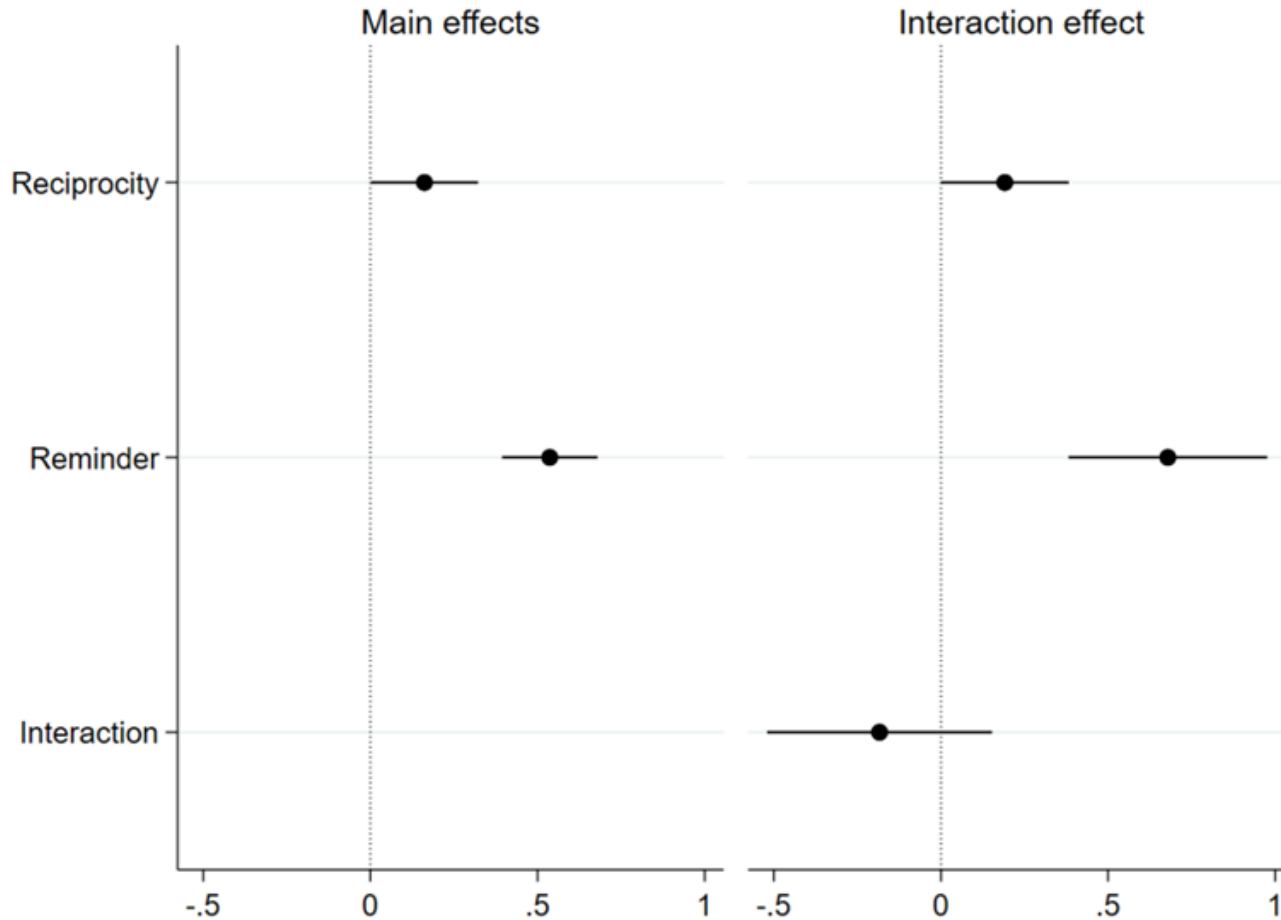
^b Estimations based on Cox model (model 1 in *Table 1*)

Abnahme der Reziprozitätseffekts auf Teilnahme seit Beginn der Feldzeit* (piecewise constant rate model)



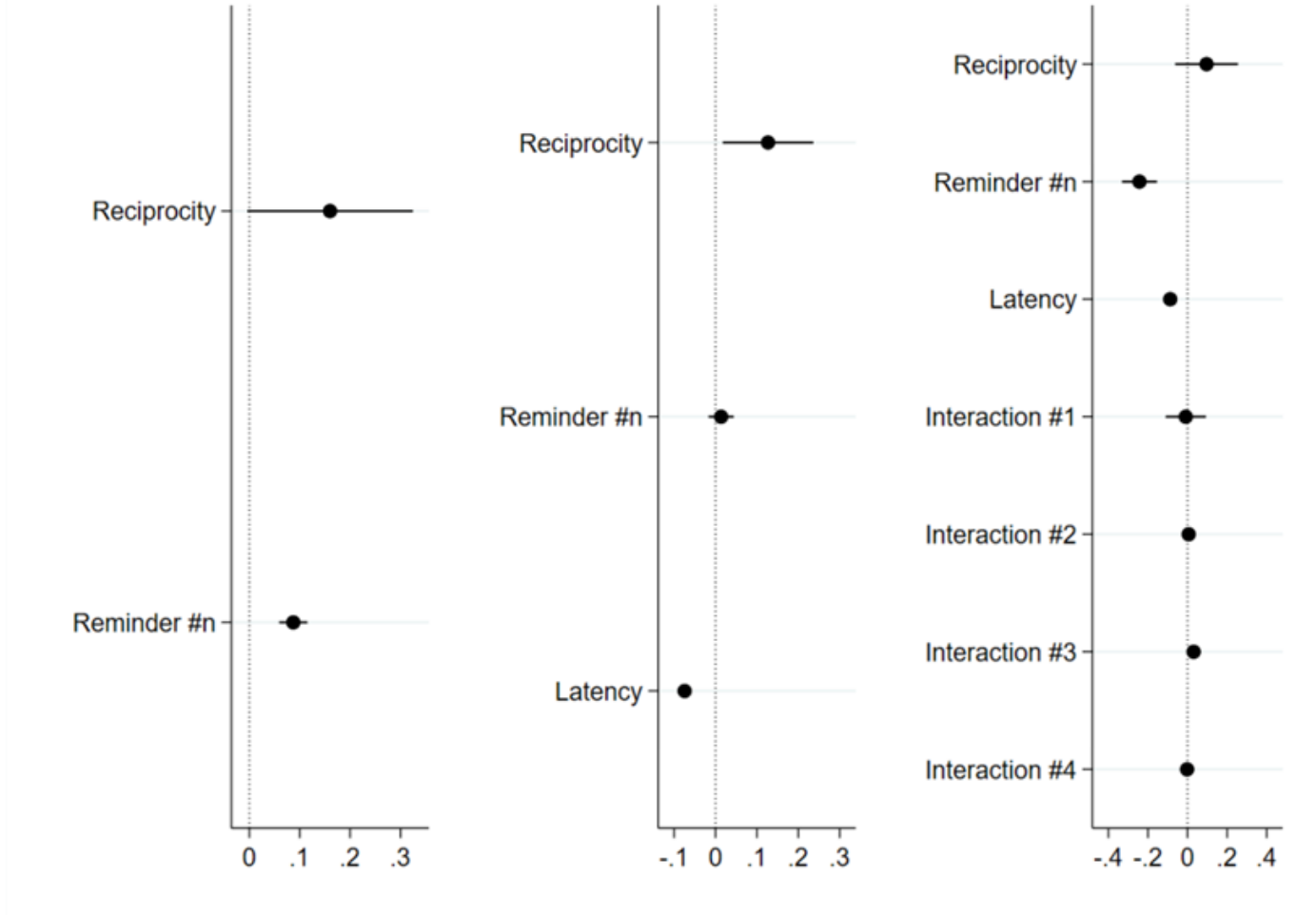
*Coefficients of piecewise constant rate model (by control for social origin, education, achievement, and gender)

Reziprozität und Effekte der digital reminder* (Exponential model and episode splitting)



*Coefficients of exponential model (episode splitting by control for social origin, education, achievement, and gender)

Reziprozität und Effekte der reminder und verstrichenen Feldzeit auf Teilnahme*



*Coefficients of exponential model (episode splitting by control for social origin, education, achievement, and gender).

SCHLUSSFOLGERUNG

Schlussfolgerungen

- > Wirkungen unkonditionaler Geldgeschenke auf Teilnahme an sozialwissenschaftlichen Befragungen
- > **H1:** Ja, es gibt offensichtlich eine direkte Reziprozität (Höhe und Geschwindigkeit des responses)
- > **H2:** Ja, je mehr Zeit seit der Einladung verstrichen ist, desto eher verblasst die Reziprozitätswirkung und desto unwahrscheinlicher werden Teilnahmen.
- > **H3:** Nein, ‚digital reminder‘ frisken die Reziprozität nicht auf, aber die Teilnahme an sich schon.

Grenzen der Studie

- > Spezielle Zielpopulation (Junge Personen in Deutschschweiz)
 - > Panelized target persons (Erfahrung, Lerneffekte und sample selection bias wg. Antworten in Welle 8 im Vergleich zur Teilnahmewahrscheinlichkeit in Welle 9)
 - > Messung der Reziprozität als zeitkonstantes Konstrukt (vs. zeitveränderliche Messung der Reziprozität während der Feldphase)
 - > Notwendigkeit der Replikation mit anderen Populationen, anderen Erhebungsdesigns
-

DAB yourself!

(www.dab.edu.unibe.ch)

- > Finanzierung: SBFI (Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovationen) seit 2011
- > DAB yourself – Daten verfügbar bei FORS («Catalogue» P search term: «10773»)



DAB – Panel Study on Determinants of Educational Choice and Vocational Training Opportunities

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

VIELEN DANK – MERCI - GRAZIE