

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within a solid orange square.

GfK Marktforschung



GfK TELEFON BUS

Agrarsubventionen

Eine Untersuchung der GfK Marktforschung

Juli 2006

656 527

Projektleitung: Klaus Hilbinger, Telefon: ++49-911-395-2386
E-mail: klaus.hilbinger@gfk.de



GfK Marktforschung

AUFGABE UND METHODE

Auftraggeber

Greenpeace e.V., Hamburg

Untersuchungsthema

"Agrarsubventionen"

Zu diesem Thema wurden folgende Fragen (Fragebogen-Nr. 06275) in eine Telefonumfrage der GfK Marktforschung eingeschaltet:

Fragebogen-Nr.:	F06275	Titel:	Agrarsubventionen
Studien-Nr.:	656 527	Auftraggeber:	Greenpeace e.V.
Methode:	GfK TELEFON BUS	Stichprobe:	N=1.000 MF 14+

Sprechen wir nun kurz über das Thema Agrarsubventionen.

1. Landwirte erhalten als Einkommensunterstützung Gelder von der EU. Finden Sie dies grundsätzlich richtig?

Ja

Nein

Weiß nicht

2. Bisher wird in Deutschland nicht veröffentlicht, welche Landwirte wieviel Geld erhalten. Was meinen Sie, sollte in Zukunft veröffentlicht werden, wer wieviel Unterstützung von der EU erhält?

Ja

Nein

Weiß nicht

3. Landwirte erhalten auch für Flächen, auf denen sie gentechnisch veränderte Pflanzen anbauen, Agrarsubventionen aus Brüssel. Halten Sie das für richtig?

Ja

Nein

Weiß nicht

4. Was meinen Sie, sollten Landwirte, die ökologisch wirtschaften, höhere Agrarsubventionen als ihre Kollegen, die herkömmliche Landwirtschaft betreiben, erhalten?

Ja

Nein

Weiß nicht

Zielpersonen

1.000 Männer und Frauen im Alter ab 14 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland (Grundgesamtheit: 64.889.000).

Auswahl

Die Auswahl der Zielpersonen stellt die Repräsentanz der Ergebnisse sicher. Für die Bestimmung der Auskunftspersonen gingen die Interviewer nach dem Random-Last-Birthday-Verfahren vor. Dabei wird in einem zufällig angewählten Haushalt diejenige Person befragt, die als letztes Geburtstag hatte. Zur Gewährleistung der Repräsentanz wurden die Merkmale Geschlecht, Alter, Bundesland, Ortsgröße und Haushaltsgröße durch ein mehrstufiges Gewichtungsverfahren ("iterative Gewichtung") den Daten der amtlichen Statistik angeglichen. Weiterhin wurde die Stichprobe von einer Haushalts- zu einer Personenstichprobe transformiert.

Befragungstechnik

Die Befragung der Auskunftspersonen erfolgte anhand eines strukturierten Fragebogens, wobei die Interviewer der GfK Data Services an die Fragenformulierung und an die Fragenreihenfolge gebunden waren. Der Fragebogen wurde programmiert und das Interview per CATI (Computer Assisted Telephone Interview) durchgeführt. Die Antworten der Befragten waren im vollen Wortlaut zu notieren.

Befragungszeitraum

Die Feldarbeit dieser Untersuchung erfolgte in der Zeit vom 07.07. bis 11.07.2006.

Interviewereinsatz

Insgesamt wurden 56 Interviewer bei dieser Untersuchung eingesetzt.

Auswertung

Für die endgültige Auswertung standen netto 1.000 Interviews zur Verfügung, deren Inhalt nach entsprechender Vorbereitung vercodet und in die Datenbank übernommen wurde.

Die EDV-Auswertung erfolgte auf leistungsfähigen Arbeitsplatzcomputern mit Quantime-Software in der Ad hoc Produktion der GfK Marktforschung.

Tabellen

