

verstehen zu können. Dabei stellen Krisenphänomene, die sich in großer zeitlicher Dichte auf die Einstellungen der Bevölkerung niederschlagen, auch für die Umfrageforschung eine große Herausforderung dar. Mit der Values-in-Crisis-Studie sind wir durch das Längsschnitt-Design der Erhebung zumindest annäherungsweise in der Lage, gesellschaftliche Entwicklungen in Österreich nachzeichnen zu können.

4 Die Datenbasis – ein erster Überblick über die Values-in-Crisis-Studie

Bevölkerungsumfragen müssen typischerweise über längere Zeiträume geplant werden, einerseits, um qualitativ hochwertige Messinstrumente entwickeln zu können und andererseits auch, um die notwendigen Ressourcen für hochwertige Datenerhebungen zu lukrieren. Beides war aufgrund des plötzlichen Auftretens der Corona-Krise nicht möglich. Anlässlich der Dringlichkeit zeitnaher Erhebungen und der Ausnahmesituation der Pandemie konnte nur teilweise auf etablierte und getestete Messinstrumente zurückgegriffen werden; schließlich handelte es sich bei den breitflächigen Lockdowns um Sozialexperimente mit ungewissem Ausgang (Aschauer, 2020, 68). Zugleich machten die Kontaktbeschränkungen in den ersten Jahren der Pandemie die Umsetzung von den für allgemeine Bevölkerungsumfragen typischen persönlichen Interviews unmöglich (für Beispiele über die Relevanz alternativer Befragungsmodi in Österreich siehe u. A. Bodí-Fernandez et al., 2019, Seymer & Prandner, 2023). Weil die klassischen Umfrageprogramme der gesellschaftlichen Dauerbeobachtung (wie beispielsweise der European Social Survey oder der Soziale Survey Österreich) ihre Erhebungsphasen in Lockdownzeiten verschieben mussten, gruppierten sich österreichische Survey-Forscher*innen in unterschiedlichen Konstellationen, um mittels sogenannter Online-Access-Panels¹³ via nicht-probabi-

13 Ein Online-Access-Panel stellt eine Liste an Personen dar, die sich freiwillig bei einem Panelanbietenden registrieren und üblicherweise gegen kleine Aufwandsentschädigungen (Incentives) an Umfragen teilnehmen. Der Einsatz entsprechender Panels war seit Mitte der 2010er Jahre in der Marktforschung üblich (Keusch, 2015), die sozialwissenschaftliche Nutzung aber vor der Pandemie eher selten (für Hintergründe siehe Prandner et al., 2023).

listischer Quotenstichproben Daten über die Verfasstheit der Bevölkerung zu erheben.

Im Gegensatz zum Nachbarland Deutschland, wo bereits Jahre vor der Pandemie mit dem GIP – dem German Internet Panel – ein repräsentatives Bevölkerungspanel aufgebaut wurde (Cornesse et al., 2020), musste in Österreich dieser Weg gegangen werden, da mit dem Digitize!-Panel nur ein Prototyp für ein repräsentatives Online-Panel im Aufbau war (Seymer & Prandner, 2023). So konnte sowohl mit dem *Austrian Corona Panel Project* (Kittel et al., 2020), das im Monatsrhythmus ein kontinuierliches Monitoring der Stimmungslage in der Corona-Krise ermöglichte, als auch später mit dem Values-in-Crisis-Survey (VIC; hier zumindest jährlich) eine Beobachtung der österreichischen Bevölkerung umgesetzt werden. Die VIC-Umfrage war dabei anfangs Teil eines internationalen Projekts, um ländervergleichende Aussagen zu den Effekten der Corona-Pandemie zu ermöglichen.¹⁴ Die erste Umfrage der VIC-Studie orientierte sich noch stark am internationalen Fragebogen, der von Forschenden der „World Value Survey“-Gruppe rund um Christian Welzel entwickelt wurde. Der Fragebogen für die erste Welle im Mai 2020 basierte weitestgehend auf vorab getesteten Skalen. Es wurden etablierte Messungen von Werthaltungen (Schwartz, 1992), Persönlichkeitsmerkmalen (BIG 5; Rammstedt und John, 2007) und zum Thema der Empathie (Davis, 1983) erhoben. Ab Welle 2 der Erhebung wurde der Anteil der österreichspezifischen Fragen deutlich erhöht, wobei sich insbesondere Forschende beteiligten, die im Umfrageprojekt des Sozialen Survey Österreich involviert sind¹⁵. Somit wurde im weiteren Verlauf der Studie eine umfangreiche Datenbasis generiert, um ein tiefgehendes Verständnis zu den gesellschaftlichen Krisenauswirkungen zu entwickeln. Die VIC-Panelstudie umfasst neben soziodemographischen Angaben der Befragten ein breites Spektrum an Einstellungen zu den unterschiedlichsten Themenbereichen, wie die Einschätzung gesundheitlicher und wirtschaftlicher Bedrohungen, die Lage am Arbeitsmarkt, Sichtweisen zur Politik, Mediennutzung und Medienvorlieben, Aspekte des Wohlbefindens, Einstellungen zu Geschlechterrollen, zur Zukunft, zu Klima und

14 Österreich war Teil der gleichnamigen internationalen Studie, an der außerdem Schweden, Deutschland, Chile, Brasilien, das Vereinigte Königreich, China, Kolumbien, Georgien, Griechenland, Japan, Italien, Kasachstan, Südkorea, Polen, Russland und die Malediven teilnahmen (Aschauer et al., 2021).

15 Siehe: <https://aussda.at/sozialer-survey-oesterreich/>

Umwelt u.v.m.¹⁶ In der dritten Welle wurden zusätzlich Fragen zur Wahrnehmung der sozialen Integration, zur Anfälligkeit für COVID-bezogene Verschwörungstheorien sowie zur politischen Ideologie und zum Ethnozentrismus in die Umfrage aufgenommen. Eine Überblicksdarstellung der drei Values-in-Crisis-Umfragen erfolgt in Tabelle 1.

Tabelle 1: Basisinformationen zur österreichischen Values-in-Crisis-Studie (VIC)

Allgemeine Informationen:			
Datenzugang	https://doi.org/10.11587/EYJMEZ		
Finanzierung	Hochschulraumstrukturmittel aus dem Projekt SOWIDAT – Sozialwissenschaftliche Dateninfrastruktur (Hadler, Bacher, Berghammer, Weichbold), finanziert durch das BMBWF.		
Grundgesamtheit	Österreichische Wohnbevölkerung ab 14 Jahren		
Stichprobenrahmen	Online-Access-Panel von Marketagent (139 500 registrierte Personen im Teilnehmer*innenpool)		
Verfahren	Quotenstichprobe		
Erhebungsmodus	Onlineumfrage – selbst-administriertes Web-Interview (CAWI)		
Incentivierung	Ca. 1,80 Euro pro Erhebung (180 Creditpoints)		
VIC 1		VIC 2	VIC 3
Nettostichprobe (Befragte)	2 018	2 082	2 123
Feldphase	14. Mai 2020 bis 24. Mai 2020	25. März 2021 bis 12. April 2021	5. Juli 2022 bis 20. Juli 2022
Felddauer	11 Tage	18 Tage	16 Tage
Thematische Schwerpunkte und Schlüsselthemen	Grundwerte und Persönlichkeitsmerkmale sowie persönliche Betroffenheit und sozialer bzw. gesellschaftlicher Wandel in der Corona-Krise		

Anmerkung: eigene Darstellung, basierend auf der via AUSSDA veröffentlichten Dokumentation

Die Stichprobenziehung von jeweils rund 2000 in Österreich lebenden Menschen erfolgte pandemiebedingt aus einem Online-Access-Panel der Firma Marketagent¹⁷. Es handelt sich dabei, wie bereits beschrieben, um eine Quotenstichprobe, wodurch die Verteilungen der Befragten in Bezug auf Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland weitgehend jener in der

16 Daten, Fragebögen und Methodendokumentation können via AUSSDA bezogen werden: <https://data.aussda.at/dataset.xhtml?persistentId=doi:10.11587/EYJMEZ&version=1.1>

17 Siehe: <https://www.marketagent.com/>