

ADM Transparenz-kriterien	quantitative Studien mit Interviewereinsatz	qualitative Studien mit Interviewer-/Moderatoreinsatz	selbstadministriertes Interview (Online, Mail surveys)	passive Messungen inkl. Rekrutierung	Analyse von existierendem (User-Generated-) Content (Texte, Bilder, Social Listening etc.)
<b>1. Methode</b>					
	1 <b>Erhebungsart</b> Beispiele: CATI, CAPI, CASI, P&P	<b>Erhebungsart</b> Beispiele: F2F, Online, Tiefeninterviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtung	<b>Erhebungsart</b> Beispiele: online, schriftlicher Selbstausfüller	<b>Beschreibung der Methode</b> Beispiele: Cookies, eingesetzte Hard-/Software	<b>Beschreibung der Methode</b> Beispiele: - Text-/Audioanalyse (digital, Print) - Bildanalyse (statisch, Video) - eingesetzte Software
	2 bei F2F-Befragungen: <b>Art der Feldarbeit</b> Beispiele: in hall, in home, on street, POS, Mystery Research	bei F2F-Befragungen: <b>Art der Feldarbeit</b> Beispiele: in hall, in home, on street, POS, Mystery Research			
<b>2. Stichprobe</b>					
	1 <b>Definition/Beschreibung der Grundgesamtheit</b>		<b>Definition/Beschreibung der Grundgesamtheit</b>	<b>Definition/Beschreibung der Grundgesamtheit</b>	
	2 <b>Definition/Beschreibung der Zielgruppe</b>	<b>Definition/Beschreibung der Zielgruppe</b>	<b>Definition/Beschreibung der Zielgruppe</b>	<b>Definition/Beschreibung der Zielgruppe</b>	<b>Definition/Beschreibung der Zielgruppe</b>
	3 <b>Stichprobengröße</b>	<b>Stichprobengröße</b>	<b>Stichprobengröße</b>	<b>Stichprobengröße</b>	
	4 <b>Auswahlgrundlage</b> Beispiele: ADM-Auswahlgrundlage, RLD/RDD, Telefonbuch, Adress-CDs, Einwohnermeldeamt, Kundenadressen, Panels, Wiederbefragbare	<b>Auswahlgrundlage</b> Beispiele: Studiodatenbank, freie Rekrutierung, Wiederbefragbare	<b>Auswahlgrundlage</b> Beispiele: Panel, Kundenadressen, fresh sample	<b>Rekrutierungsmethode</b> Beispiele: F2F, telefonisch, Blogs, Foren, Social Media Plattformen, Access Panel, Kundenadressen	<b>Genutzte Quellen</b> Beispiele: Website(s), Blogs, Foren, Social Media Plattformen, Textquellen
	5				<b>Gesuchte Schlagworte, Phrases, Suchbegriffe, Kombinationen</b>
	6 <b>verwendete Ausschlusslisten</b> Beispiele: ADM-Sperrdatei, andere (welche?)	<b>verwendete Ausschlusslisten</b> Beispiele: ADM-Sperrdatei, andere (welche?)		<b>verwendete Ausschlusslisten</b> Beispiele: ADM-Sperrdatei, andere (welche?)	<b>Ausschlüsse</b> Beispiele: Autoren, Quellen, Suchbegriffe
	7 <b>Beschreibung des Sampling</b> Beispiele: - Probability Sample - Random, Quota, Mix aus Random und Quota, etc. - Quotierung, wenn ja Kreuzquoten oder unabhängige Quoten / welche Quoten / aus welcher Quelle - proportional, disproportional, Boosts - bei F2F: Anzahl Sampling Points/regionale Abdeckung - bei CATI: Dual-Frame (Verhältnis Festnetz- zu Mobilfunknummern)	<b>Quotierung (ja/nein)</b> falls ja: welche?	<b>Beschreibung des Sampling</b> Beispiele: - Art der Rekrutierung (Access Panel, Selbstrekrutierung, Kundenadressen, telefonische Rekrutierung usw.) - bei mehreren Rekrutierungsquellen: Verhältnis zueinander - Random, Quota, Mix aus Random und Quota, etc. - proportional, disproportional, Boosts - Quotierung, wenn ja: Kreuzquoten oder unabhängige Quoten / welche Quoten / aus welcher Quelle	<b>sofern zutreffend: Sampling</b> Beispiele: - Probability Sample - Art der Rekrutierung (Access Panel, Selbstrekrutierung, Kundenadressen usw.) - bei mehreren Rekrutierungsquellen: Verhältnis zueinander - Random, Quota, Mix aus Random und Quota, etc. - proportional, disproportional, Boosts - Quotierung, wenn ja: Kreuzquoten oder unabhängige Quoten / welche Quoten / aus welcher Quelle	
	8				<b>Sprachraum</b>
	9				<b>Anzahl der Sites, Posts und Autoren (insgesamt / pro Quelle)</b>
	10				<b>Gewichtung</b> der Verfasser / Blogger / Multiplikatoren / Influencer vs. Einzelnennungen
	11				<b>Zeitraum / Alter der Daten</b>
<b>3. Interviewer*innen/Moderator*innen</b>					
	1	<b>Erfahrung/Qualifikation der Moderatoren/Interviewer</b>			
	2 <b>Beschreibung der Grundschulung der Interviewer</b> (auch bei externer Vergabe der Feldarbeit)			bei Einsatz von Interviewern bei der Rekrutierung: <b>Beschreibung der Grundschulung der Interviewer</b> (auch bei externer Vergabe der Feldarbeit)	
	3 <b>Beschreibung der Art und Weise des studienspezifischen Briefings</b> (auch bei externer Vergabe der Feldarbeit)	<b>Art und Weise des studienspezifischen Briefings</b> (auch bei externer Vergabe der Feldarbeit)	entfällt	bei Einsatz von Interviewern bei der Rekrutierung: <b>Beschreibung der Art und Weise des studienspezifischen Briefings</b> (auch bei externen Vergabe der Feldarbeit)	entfällt
	4 <b>Interviewsprachen</b>	<b>Interviewsprachen</b>		<b>Sprache/Interviewersprache</b>	
	5 <b>maximale Anzahl an Interviews pro Interviewer</b>				
	6 <b>expost: Mittelwert der Interviews pro Interviewer</b>				

ADM Transparenz-kriterien	quantitative Studien mit Interviewereinsatz	qualitative Studien mit Interviewer-/Moderatoreinsatz	selbstadministriertes Interview (Online, Mail surveys)	passive Messungen inkl. Rekrutierung	Analyse von existierendem (User-Generated-) Content (Texte, Bilder, Social Listening etc.)	
<b>4. Fragebogen</b>						
	1	Pretest (ja/nein), falls ja: bitte beschreiben		Pretest/Softlaunch (ja/nein), falls ja: bitte beschreiben	entfällt	
	2	durchschnittliche Interviewdauer	durchschnittliche Dauer (jeweils falls vorhanden) - des Screeners - des Interviews - der Gruppendiskussion - anderes	durchschnittliche Interviewdauer		durchschnittliche Dauer des Screeners
	3			bei Online: <b>Responsivität</b> (Fragebogen Device Agnostic / Mobile-fähig?)		
	4	offene Fragen (ja/nein) falls ja: - Vercodung händisch/automatisch/sowohl als auch - Kontrolle der Vercodung (ja/nein), falls ja: auf welche Art und Weise		offene Fragen (ja/nein) falls ja: - Vercodung händisch/automatisch/sowohl als auch - Kontrolle der Vercodung (ja/nein), falls ja: auf welche Art und Weise		
<b>5. Durchführung</b>						
	1	bei telefonischen Befragungen: <b>Nutzung von automatisierten Anwahlverfahren</b> (ja/nein) falls ja: welche? <i>Beispiele: auto-dialing, predictive-dialing</i>	<b>Methode zur Auswahl der Probanden</b>		<b>Ausführliche Beschreibung der Datensammlung</b> <i>Beispiele: eigener Crawler, genutzte Software, genutzte Datenbanken/Provider</i>	
	2	<b>Felddauer</b>		<b>Felddauer</b>		
	3	<b>Incentivierung</b> (ja/nein) falls ja: Art und Höhe der Incentivierung	<b>Incentivierung</b> (ja/nein) falls ja: Art und Höhe der Incentivierung	<b>Incentivierung</b> (ja/nein) falls ja: Art und Höhe der Incentivierung	<b>Incentivierung</b> (ja/nein) falls ja: Art und Höhe der Incentivierung	
	4	<b>Erbringung der Felddienstleistung</b> (nur mit eigenem Feld/mit eigenem Feld und anderen Felddienstleistern/nur durch andere Felddienstleister)  falls anderer Felddienstleister: - welche(r) und Anteil der ausgelagerten Interviews (zumindest expost) - bei telefonischen Befragungen: Auf welchem Server werden die ausgelagerten Interviews durchgeführt und wer stellt die Stichprobe?	<b>eingesetzte Dienstleister bei der Rekrutierung</b> (ja/nein) falls ja: welche?  <b>eingesetzte Dienstleister bei der Durchführung</b> (ja/nein) falls ja: welche?	<b>Erbringung der Felddienstleistung</b> (nur mit eigenem Feld/mit eigenem Feld und anderen Felddienstleistern/nur durch andere Felddienstleister)  falls anderer Felddienstleister: - welche(r) und Anteil der ausgelagerten Interviews (zumindest expost)	<b>Erbringung der Felddienstleistung</b> (nur mit eigenem Feld/mit eigenem Feld und anderen Felddienstleistern/nur durch andere Felddienstleister)  falls anderer Felddienstleister: - welche(r) und Anteil der ausgelagerten Interviews (zumindest expost)	<b>Sentiment-Analyse</b> (ja/nein) <i>Beispiele: manuell, automatisch, Stichprobe, machine learning</i>
	5	bei telefonischen Befragungen: <b>Standort der Telefonstudios</b> (Inland/Ausland)	<b>Durchführungsorte</b> (auch online)			
	6			bei Online: <b>angewandte Panelmanagementregeln</b> <i>Beispiele: Verifizierung der Identität, Plausibilitätscheck bei der Rekrutierung, Richtlinien zur Ansprachefrequenz</i>		
	7			bei Online: <b>Nutzung welcher Devices</b>		
<b>6. Verwendung von Standards</b>						
	1	<b>Verwendung von Standards</b> (ja/nein) falls ja, welche (Auditierungen, Richtlinien, Zertifizierungen, ISO Standards, DIN Spezifizierungen, etc.)	<b>Verwendung von Standards</b> (ja/nein) falls ja, welche (Auditierungen, Richtlinien, Zertifizierungen, ISO Standards, DIN Spezifizierungen, etc.)	<b>Verwendung von Standards</b> (ja/nein) falls ja, welche (Auditierungen, Richtlinien, Zertifizierungen, ISO Standards, DIN Spezifizierungen, etc.)	<b>Verwendung von Standards</b> (ja/nein) falls ja, welche (Auditierungen, Richtlinien, Zertifizierungen, ISO Standards, DIN Spezifizierungen, etc.)	

ADM Transparenz-kriterien	quantitative Studien mit Interviewereinsatz	qualitative Studien mit Interviewer-/Moderatoreinsatz	selbstadministriertes Interview (Online, Mail surveys)	passive Messungen inkl. Rekrutierung	Analyse von existierendem (User-Generated-) Content (Texte, Bilder, Social Listening etc.)
<b>7. Qualitätskontrollen</b>					
7	1	<b>Interviewer-Qualitätskontrollen während Feldarbeit</b> (ja/nein) falls ja: - Beschreibung der Kontrollen (z. B. Live-Supervision, Aufzeichnung, postalisch, per Email etc.) - Prozentanteil der geprüften Interviews / der geprüften Interviewer			
	2	<b>Kontrolle der Daten während der Feldphase</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen	<b>Kontrolle der Daten während der Feldphase</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen <i>Beispiele: Echtzeitausschluss von Speedern und Straight-Linern</i>	<b>Kontrolle der Daten während der Messung</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen <i>Beispiele: Coincidental-Checks, Verfahren zur Identifizierung von Bots</i>	<b>Kontrolle der Authentizität/Echtheit</b> der analysierten Beiträge / Autoren (ja/nein) <i>Beispiele: Bots, interne Posts, Werbung, invalid traffic, fake content</i>
	3	falls Erbringung der Felddienstleistung durch Felddienstleister: <b>Qualitätskontrollen beim Felddienstleister</b> (ja/nein) falls ja: - Beschreibung der Kontrollen - Kontrollen durch Felddienstleister oder durch eigene Mitarbeiter?	falls Erbringung der Felddienstleistung durch Felddienstleister: <b>Qualitätskontrollen beim Felddienstleister</b> (ja/nein) falls ja: - Beschreibung der Kontrollen - Kontrollen durch Felddienstleister oder durch eigene Mitarbeiter?	falls Erbringung der Felddienstleistung durch Felddienstleister: <b>Qualitätskontrollen beim Felddienstleister</b> (ja/nein) falls ja: - Beschreibung der Kontrollen - Kontrollen durch Felddienstleister oder durch eigene Mitarbeiter?	<b>Kontrolle der Daten in der Auswertungsphase</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen
	4	<b>Kontrolle der Daten in der Auswertungsphase</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen		<b>Kontrolle der Daten in der Auswertungsphase</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen	<b>Kontrolle der Daten in der Auswertungsphase</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen
	5		<b>Qualitätskontrollen</b> (ja/nein) falls ja: Beschreibung der Kontrollen <i>Beispiele: Beobachtung während der Durchführung, Videomitschnitte/Audiomitschnitte, Chataufzeichnungen, Transkriptionen</i>		

Bitte beachten Sie: Die Transparenz-Initiative befindet sich bis einschließlich April 2019 in der Testphase. In diesem Zeitraum sollen die Institute die Transparenzkriterien nur in Angeboten und nur bei nationalen Studien anwenden. Die Testphase soll vor allem zeigen, ob die entwickelten Kriterien sinnvoll, auf möglichst viele Studienszenarien anwendbar und in ihrer Ausgestaltung verständlich sind. Dieser Kriterienkatalog unterliegt deshalb momentan noch Änderungen.