



Unsinn in den Medien – Vom allzu sorglosen Umgang mit Daten:
Repräsentativität von Stichproben

Die VKB-Bank und ihr kleines Spieglein

Spieglein an der Wand, wer ist die beliebteste Bank im Land? Diese Frage sieht die Linzer **VKB-Bank** in Oberösterreich für sich beantwortet und wirbt damit nicht ohne Stolz: Es sei amtlich, dass die VKB-Bank die zufriedensten Kunden habe und die beliebteste Bank im Land sei. Acht von zehn Kunden würden die VKB-Bank weiterempfehlen. Schließlich seien 3000 Oberösterreicher vom Marktforschungsinstitut **GfK** befragt worden.

Nur hat die Sache einen kleinen Haken. Denn es wurden nicht 3000 VKB-

Kunden befragt, wie fälschlicherweise suggeriert wird, sondern nur 75. Von den insgesamt 3170 befragten Oberösterreichern sind 1282 bei **Raiffeisen**, 983 bei der **Sparkasse**, 202 bei der **Oberbank**, 282 bei den **Volksbanken**, 254 bei **BAWAG/PSK** und 142 bei der **Bank Austria** Kunden.

Das Spieglein, das die VKB-Bank sich und ihren Kunden vorhält, ist demnach nicht wirklich groß und repräsentativ. Aber immerhin: Von den wenigen Kunden, die befragt worden sind, sind die meisten mit ihrem Geldinstitut sehr zufrieden. (dm)

(OÖ Nachrichten, 27. Juli 2010, S.11)

Kommentar: Stimmt schon, dass man darauf achten muss, Teilstichproben (75) nicht mit der gesamten (über 3.000) zu verwechseln. Aber ist „das Spieglein“ deshalb „nicht repräsentativ“? „Eine Stichprobe heißt für eine Grundgesamtheit hinsichtlich einer interessierenden Verteilung oder eines interessierenden Parameters *repräsentativ*, wenn diese (zumindest: annähernd) unverzerrt geschätzt werden und bei dieser Schätzung auch eine vorgegebene Genauigkeitsanforderung eingehalten wird“ (Quatember 2010; Manuskript: Datenqualität in Stichprobenerhebungen, Kapitel 1, auf: http://www.ifas.jku.at/e2571/e2702/index_ge.html; Stand: 9.8.2010).

Der Kern dieser Repräsentativitätsdefinition besteht aus dem statistischen Ähnlichkeitskonzept der Unverzerrtheit und einer gleichzeitig einzuhaltenden Genauigkeitsanforderung. Somit impliziert sie gleich mehrere Aspekte des Stichprobendesigns als deren Funktion die Repräsentativität betrachtet werden kann: Das verwendete Stichprobenverfahren, die eingesetzte Schätzmethode UND den Stichprobenumfang. Außerdem ist z.B. die Absenz beziehungsweise Ignorierbarkeit von Non-response Gegenstand dieser Repräsentativitätsdefinition. Wird durch einen geringen Stichprobenumfang der von den Auftraggebern der Erhebung erwünschte Anspruch an die (Un-)Genauigkeit der Stichprobenergebnisse dennoch erfüllt, dann können auch 75 Befragte für die Grundgesamtheit repräsentativ sein, sofern alle anderen diesbezüglichen Aspekte des Stichprobendesigns auch berücksichtigt wurden.

Viel unangenehmer ist für den Artikel, dass sich die angegebenen Kundenzahlen der Stichprobe nicht auf 3.170 aussummieren. Aber vielleicht wurden ja ein paar zu mehreren Banken interviewt...

(Für den Kommentar verantwortlich: Andreas Quatember, IFAS)