



# Praxisorientierte Forschung an der Schnittstelle von Politik und Gesellschaft



**Mauss Research**  
Alexander Mauß  
Zehdenicker Straße 11  
10119 Berlin

+49 30 6920 40160  
[amauss@mauss-research.de](mailto:amauss@mauss-research.de)

<https://mauss-research.de/>

# WER WIR SIND



Mauss Research wurde 2008 von **Alexander Mauß** gegründet. Bis dahin war er ab 2001 als Projektleiter für TNS Infratest in Berlin tätig und hat davor für zwei Beratungsunternehmen in Washington, D.C. gearbeitet. Alexander Mauß verfügt über einen sozialwissenschaftlichen Masterabschluss der George-Washington-University in Politikmanagement. Alexander Mauß ist persönliches Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (degepol) und des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM).



Neben Alexander Mauß arbeiten bei Mauss Research drei weitere Beschäftigte mit akademischer Ausbildung: **Sebastian Graf** (Senior Projektleiter) besitzt einen Master of Arts in Politikwissenschaften (Universität Duisburg-Essen) und führt seit über 10 Jahren qualitative und quantitative Forschungsprojekte bei Mauss Research durch. **Sarah Weidensee** (Junior Projektleiterin) hat einen Masterabschluss in Sozialwissenschaften (HU Berlin), ist seit zwei Jahren bei Mauss Research und hat zuvor bereits diverse berufliche Erfahrungen in der quantitativen und qualitativen Markt- und Sozialforschung gesammelt. **Mark Setzkorn** (Junior Projektleiter) hat seinen Master in Politikwissenschaften an der Universität Hamburg gemacht und arbeitet seit gut einem Jahre bei Mauss Research.

# WIE WIR ARBEITEN



Mauss Research ist auf qualitative und quantitative Meinungsforschungsprojekte zu gesellschaftspolitischen Fragestellungen für Kunden aus Verbänden, Stiftungen, Parteien, Behörden und Agenturen spezialisiert.

Alle **inhaltlichen Leistungen** werden federführend von Alexander Mauß und seinen Beschäftigten erbracht:

- Entwicklung des Untersuchungsdesigns
- Erstellung des Fragebogens bzw. Leitfadens
- Moderation bzw. Interviewführung
- Erstellung von Grafiken, Tabellen und Berichten
- Präsentation der Ergebnisse

Alle **Feldleistungen** (Rekrutierung von Befragungspersonen, Stichprobenziehung, Durchführung von telefonischen Befragungen bzw. Online-Erhebungen) erfolgen in Zusammenarbeit mit bewährten externen Partner:innen. Bei CATI-Umfragen arbeitet Mauss Research mit der *USUMA GmbH* zusammen, einem Berliner Meinungsforschungsinstitut, das Mitglied der ADM-Stichprobenarbeitsgruppe ist. Bei Online-Umfragen arbeitet Mauss Research seit vielen Jahren mit dem technischen Dienstleister *mainis IT-Service GmbH* zusammen, der über eine eigene Befragungssoftware verfügt, die in Deutschland gehostet wird. Für die Befragung spezieller Zielgruppen bzw. Motivtests arbeitet Mauss Research mit dem Online-Access-Panel-Anbieter *horizoom GmbH* zusammen.

# UNSERE METHODEN



## Quantitative Methoden: Umfragen

Mauss Research nutzt vor allem zwei Methoden der quantitativen Forschung: Der Goldstandard sind nach wie vor **CATI-Befragungen** (Dual-Frame) mit zufällig ausgewählten Befragungspersonen. Daneben führt Mauss Research auch **Online-Umfragen** durch: Einerseits über die Befragungssoftware eines Dienstleisters, die in Deutschland gehostet wird. Andererseits sind Online-Umfragen auch via Online-Access-Panel möglich, wodurch eine breite Vielfalt an Menschen rekrutiert werden können.

**Belastbare Ergebnisse:** Das Ziel quantitativer Studien ist es, eine große Menge von Befragten auf die gleiche (standardisierte) Weise zu befragen und so belastbare Daten zu schaffen, die eine Gruppe repräsentieren. Durch die große Befragungsgruppe können Aussagen getroffen werden, die sich auf alle Personen der gleichen Gruppe (Grundgesamtheit) übertragen lassen.

**Überprüfung von Hypothesen:** Der Vorteil dieser Methodik gegenüber qualitativen Umfragen liegt darin, dass am Ende belastbare Ergebnisse entstehen, die verallgemeinerbar sind. Mit Hilfe von Tabellen und Grafiken können Fragen klar beantwortet und zuvor aufgestellte Thesen „schwarz auf weiß“ bestätigt oder verworfen werden.

**Vergleich von unterschiedlichen Gruppen:** Schließlich können bei quantitativen Erhebungen auch unterschiedliche soziodemografische Gruppen, wie bspw. jüngere bzw. ältere Menschen, miteinander verglichen werden. Diese analytische Tiefe bietet die Möglichkeit einer differenzierten Betrachtung der Ergebnisse.

# UNSERE METHODEN



## Qualitative Methoden: Interviews, Fokusgruppen und Online-Communities

Mauss Research nutzt vor allem drei Methoden der qualitativen Forschung: Leitfadengestützte **Einzelinterviews** (telefonisch oder persönlich) eignen sich sehr gut, um die individuelle Situation von Personen aus einer bestimmten Zielgruppe zu verstehen. **Fokusgruppen** werden eingesetzt, wenn der inhaltliche Austausch und die Art und Weise der Diskussion unter den Personen von Interesse sind. **Online-Communities** eignen sich vor allem dann, wenn jüngere Zielgruppen befragt sowie digitale Materialien miteinbezogen werden sollen.

**Annäherung an unbekannte oder komplexe Sachverhalte:** Qualitative Methoden eignen sich aufgrund ihres offenen und explorativen Charakters insbesondere, um sich einer eher unbekanntem Zielgruppe oder einem unbekanntem bzw. komplexen Themenfeld anzunähern.

**Tiefgehendes Verständnis von Hintergründen und Zusammenhängen:** Bei qualitativen Methoden sind nicht Häufigkeiten, sondern Hintergründe, Motive und Zusammenhänge relevant. Die Ergebnisse der Studie können daher nicht auf eine größere Gruppe übertragen werden – sie sind nicht repräsentativ. Hier steht vielmehr das tiefgehende Verständnis der Befragungspersonen, ihre Motive und Einstellungen im Vordergrund.

**Nachvollziehbarkeit von Argumentationslinien:** Zudem wird bei dieser Methodik den Befragten mehr „Raum“ für ihre Argumentation gegeben – dadurch ist es möglich, sehr spezifisch auf die individuelle Situation bzw. die Gedankengänge der einzelnen Befragten einzugehen.

# UNSERE METHODEN



## Qualitative Methoden: MAXQDA

Mauss Research nutzt für die Analyse qualitativer Umfragen das Analysetool MAXQDA. MAXQDA sorgt für eine größere Analysetiefe, da mit Hilfe der Software ein ganzheitlicher Überblick über die einzelnen Interviews vorhanden ist und gleichzeitig Untergruppen miteinander verglichen werden können.

The screenshot displays the MAXQDA software interface. On the left, there are two panels: 'Liste der Dokumente' (Document List) and 'Liste der Codes' (Code System). The 'Liste der Dokumente' panel shows a list of documents with columns for document ID, location, and count. The 'Liste der Codes' panel shows a hierarchical tree structure of codes, with 'Zukunft' (Future) selected. The main window shows a document browser for 'INT3... (288 Absätze)'. The text content is displayed with line numbers (161-167) and several segments are highlighted in blue, indicating they are coded. The highlighted segments include:

- 161: Also das ist schon ein bisschen kontraproduktiv.
- 162: • Ja, genauso ist das, was sie manchmal anstellen, genauso ist das.
- 163: Wie ist es denn so mit weniger drastischen Protestformen, also ich sage mal mit den normalen Fridays for Future-Demonstrationen oder so? Haben Sie dafür Verständnis oder wie schätzen Sie die ein?
- 164: • Ja, da habe ich Verständnis für, weil wie gesagt, es geht um die Zukunft der Kinder, dass die jetzt hier auch noch vernünftig auf der Erde leben können und dass die, die ganz oben sitzen, auch mal irgendwas machen müssen, dass das auch so weitergeht, dass das auch vernünftig weitergeht.
- 165: Okay, also da haben Sie generell schon auch Verständnis dafür.
- 166: • Ja.
- 167: Dann kommt noch mal so ein kleiner Themensprung, noch mal zum Thema Arbeitswelt, Arbeit und Beruf und so. Wo, würden Sie sagen, geht es denn Ihrer Altersgruppe besser oder schlechter am Arbeitsplatz als anderen Altersgruppen oder wo

# PROJEKTBEISPIELE (2023)



## Quantitativ (7x), Qualitativ (5x)

### QUANTITATIV (7X ONLINE-UMFRAGE; AUSWAHL)

- Kontinuierliche monatliche Befragung von Neumitgliedern nach 3 bzw. 24 Monaten Mitgliedschaft
- Evaluation eines Mitgliedermagazins
- Befragung von Beschäftigten im Öffentlichen Dienst bzw. in der Öffentlichen Verwaltung (im Rahmen eines Online-Access-Panels)

### QUALITATIV (5X LEITFADENINTERVIEWS)

- 90 telefonische Leitfadeninterviews à 62 Minuten mit Befragten, die zu unterschiedliche Lebensstiltypen gehören
- 50 telefonische Leitfadeninterviews à 65 Minuten mit unterschiedlichen Parteianhängern zu politischen Einstellungen
- 27 telefonische Leitfadeninterviews à 47 Minuten zum Verständnis von Arbeit („Arbeit in ihrer Vielfalt“)
- 19 telefonische Leitfadeninterviews à 38 Minuten mit Experten zur Zukunft der Rettungsdienste
- 18 telefonische Leitfadeninterviews à 38 Minuten mit Experten zu Einnahmen aus Solarparks

# PROJEKTBEISPIELE (2022)



## Quantitativ (7x), Qualitativ (6x), Motiv- bzw. Plakattest (1x)

### QUANTITATIV (7X ONLINE-UMFRAGE; AUSWAHL)

- Beschäftigtenbefragung zum Einsatz einer eLearning-Plattform
- Befragung von Referentinnen und Referenten zur Bildungsarbeit
- Befragung von Hauptamtlichen und betrieblichen Aktiven zur Einschätzung der Betriebsratswahlen
- Kontinuierliche monatliche Befragung von Neumitgliedern
- Kontinuierliche monatliche Befragung von betrieblichen Aktiven und Hauptamtlichen zu einer Seminarreihe

### QUALITATIV (4X LEITFADENINTERVIEWS, 1X GRUPPENDISKUSSIONEN, 1X ONLINE-COMMUNITY; AUSWAHL)

- 90 telefonische Leitfadeninterviews à 60 Minuten mit Menschen, die extremistischen Einstellungen zuneigen.
- 25 telefonische Leitfadeninterviews à 45 Minuten mit Selbstständigen zu ihrer Situation während der Corona-Pandemie
- 7 Gruppendiskussionen à 120 Minuten zum Thema „(Verteilungs-)Gerechtigkeit“
- Online-Community mit 28 TikTok-Nutzerinnen und -Nutzern zu ihrer Verwendung der Plattform und zu politischen Inhalten auf TikTok

### MOTIV- BZW. PLAKATTEST (1X): TEST EINES SLOGANS IM RAHMEN EINES ONLINE-ACCESS-PANELS

# PROJEKTBEISPIELE (2021)



## Quantitativ (13x), Qualitativ (3x), Motiv- bzw. Plakattest (1x)

### QUANTITATIV (13X ONLINE-UMFRAGE; AUSWAHL)

- Befragung von unterschiedlichen Zielgruppen zur Einführung eines Traineeprogramms (Trainees, Quereinsteiger, Führungskräfte, Einarbeitungsbeauftragte) | 3 Traineezüge
- Kontinuierliche monatliche Befragung von Neumitgliedern
- Honorarumfrage unter Kreativen
- Beschäftigtenbefragung

### QUALITATIV (3X LEITFADENINTERVIEWS)

- 40 telefonische Leitfadeninterviews à 45 Minuten mit Experten zu „Bürgerräten“
- 29 telefonische Leitfadeninterviews mit internationalen Experten (größtenteils auf Englisch) für VIER PFOTEN zum Zusammenhang von Tierwohl und Pandemieprävention (veröffentlicht) [https://media.4-paws.org/1/f/2/3/1f239223b5b08433a6064e07622050c2c92d0ec2/2021\\_FOUR\\_PAWS\\_Future\\_Study.pdf](https://media.4-paws.org/1/f/2/3/1f239223b5b08433a6064e07622050c2c92d0ec2/2021_FOUR_PAWS_Future_Study.pdf)
- 26 telefonische Leitfadeninterviews à 45 Minuten zur Einführung eines Traineeprogramms (als Ergänzung zu den durchgeführten Online-Umfragen)

### MOTIV- BZW. PLAKATTEST (1X): EVALUATION EINER YOUTUBE MINISERIE (ONLINE-ACCESS-PANEL)

# PUBLIKATIONEN (AUSWAHL)



In der Regel werden die Berichte von Mauss Research nicht veröffentlicht, da sie entweder für die interne Strategieentwicklung oder als Grundlage für eigene Veröffentlichungen genutzt werden. Einen Eindruck von unserer Arbeit liefern folgende Veröffentlichungen.

KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG (2023): WISSENSLIEFERANTEN, ÜBERSETZUNGSHELFER UND BERATER. EINE EXPLORATIVE STUDIE ZUR EXPERTENBETEILIGUNG IN BÜRGERRÄTEN UND VERWANDTEN BETEILIGUNGSVERFAHREN

40 Leitfadeninterviews à  
45 Minuten

Die Studie richtet den Blick auf diverse Beteiligungsverfahren als Bestandteil demokratischer Prozesse. Wie bewerten beteiligte Teilnehmer:innen sowie Expert:innen derartige *Bürgerräte* und welche Rolle können diese in Zukunft einnehmen?

HANS-BÖCKLER-STIFTUNG (2023): SELBSTSTÄNDIGKEIT IN DER KRISE? VOM UMGANG DER SELBSTSTÄNDIGEN MIT DEN FOLGEN DER CORONA-PANDEMIE

25 Leitfadeninterviews à  
45 Minuten

Die Studie beleuchtet die Lebensumstände von Selbstständigen aus drei besonders betroffenen Branchen (Tourismus, Beauty-/Kosmetik-/Friseurgewerbe und Gastgewerbe) während der Corona-Krise.

GEWERKSCHAFT ERZIEHUNG UND WISSENSCHAFT (2020): DIGITALPAKT SCHULE UND DIGITALISIERUNG AN SCHULEN

Online-Befragung von  
3.377 Mitgliedern

Die Befragten wurden zu den Voraussetzungen und der Startphase des Digitalpakts befragt. Die Grundgesamtheit der Umfrage bilden erwerbstätige GEW-Mitglieder.

# PUBLIKATIONEN (FORTSETZUNG)



VIER PFOTEN (2021): HOW TO PREVENT THE NEXT PANDEMIC? COVID-19 AND THE INTERCONNECTION BETWEEN HUMAN WELLBEING, ANIMAL WELFARE, THE ENVIRONMENT, AND PANDEMICS

29 Leitfadeninterviews mit internationalen Experten (Englisch)

Die Studie soll als Informationspapier die deliberativen Prozesse rund um den Weltgesundheitsgipfel bereichern. Zentraler Fokus war die Frage, wie das gesteigerte globale Wohlbefinden von Tieren dazu beitragen kann, menschliche Pandemien zu verhindern.

KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG (2019): DAS LEBENDIGE GRUNDGESETZ. GRUNDRECHTE AUS SICHT DER BEVÖLKERUNG: WERTIGKEIT, UMSETZUNG, GRENZEN

70 Leitfadeninterviews vor Ort à 60 Minuten

Die Studie beleuchtet, wie die Menschen in Deutschland ihre Grundrechte wahrnehmen, welche Bedeutung sie diesen beimessen und wie sie Konflikte diskutieren.

HANS-BÖCKLER-STIFTUNG (2019): MEHRFACHBESCHÄFTIGUNGEN IN DEUTSCHLAND. STRUKTUR, ARBEITSBEDINGUNGEN UND MOTIVE

Online-Umfrage & 30 Leitfadeninterviews

Diese Studie richtet den Fokus auf Menschen, die mehr als einer beruflichen Tätigkeit nachgehen. Welche Formen von Mehrfachbeschäftigung gibt es – und warum haben manche Menschen einen zweiten Job?

# UNSERE STÄRKEN



## Sicherheit durch Erfahrung

Mauss Research wurde 2008 von Alexander Mauß gegründet, der seit 25 Jahren an der Schnittstelle von Meinungsforschung und Politikberatung arbeitet. Seine vielfältigen Projekterfahrungen sowie umfangreichen Methodenkenntnisse gewährleisten ein gutes Forschungsprojekt.

## Mehrwert durch Beratung

Die Beratung ist entscheidend für ein gutes Projekt – sowohl am Anfang (Studiendesign) als auch am Ende (Schlussfolgerungen). Der richtige Ansatz wird zusammen mit Ihnen im Rahmen eines Workshops entwickelt.

## Wirkung durch Innovation

Erfahrung hilft, Fehler zu vermeiden – ist aber kein Garant für ein gutes Forschungsdesign. Mauss Research erweitert sein Methodenportfolio kontinuierlich um innovative Forschungsansätze.

## Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis

Mauss Research kann aufgrund effizienter Prozesse und einer schlanken Organisation ein sehr attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, wodurch mehr Zeit auf Auswertung und Beantwortung Ihrer Fragestellungen verwendet werden kann.

# KONTAKT



## **Mauss Research**

Alexander Mauß  
Zehdenicker Straße 11  
10119 Berlin

[amauss@mauss-research.de](mailto:amauss@mauss-research.de)

Fon: +49 30 69204016 0

[www.mauss-research.de](http://www.mauss-research.de)