

Victor N. Emenike, Reneacute Schenkendorf, Ulrike Krewer

## **Model-based optimization of biopharmaceutical manufacturing in**

### **Zusammenfassung**

'dieser bericht aus einem laufendem forschungsjekt informiert über die erfahrungen mit dem adreßmaterial kommerzieller direktmarketingfirmen (dm-firmen). dm-adressen erlauben eine einfache und schnelle abwicklung schriftlicher umfragen (insbesondere in kooperation mit mailing-firmen). dabei ergeben sich deutlich geringere kosten als bei anderen befragungsformen. das adreßmaterial kann aber auch für telefonische und mündliche umfragen verwendet werden. ein besonderes potential gewinnen diese adressen durch ihre zusammenführung mit vielfältigen sozio-demographischen informationen aus anderen quellen. im rahmen einer schriftlichen umfrage wurden entsprechende angaben über die kaufkraft der ausgewählten haushalte benutzt, um eine disproportional geschichtete stichprobe zu ziehen, die den unteren einkommensbereich überrepräsentiert. betrachtet man die angaben über das verfügbare haushaltseinkommen in den zurückgesandten fragebögen, so scheint diese überrepräsentation an hand des kaufkraftindikators gelungen zu sein. das adreßmaterial beruht auf den einträgen in amtlichen telefonbüchern und deckt nach unseren erfahrungen nur einen teil aller personenadressen in einer kommune ab. dies gilt im besonderen maße für die 'neuen' bundesländer, in denen die telefondichte noch eher gering ist. auf grund der überrepräsentation männlicher personen in den adressen sind außerdem besondere vorkehrungen bei der feldarbeit notwendig.'

### **Summary**

'this report from an ongoing research project summerizes experiences with addresses from commercial direct marketing firms. mail surveys are easily and quickly done with such direct marketing (dm) addresses (especially in cooperation with mailing firms) at much lower costs than other forms of surveying. however, dm-addresses can also be used for telephone and face-to-face interviews. a particular characteristic of these addresses is the fact that they can be merged with socio-demographic information from other sources. within a mail survey, information about the purchasing power of private households was used to draw a disproportionally stratified sample that overrepresents low income households. according to the data about household income in the questionnaires, this sampling strategy of overrepresentation was successful. all addresses were obtained from official telephone directories which our experience shows, do not cover all private addresses of the corresponding geographical region. this is especially true for the 'new' states where the telephone density is still low. additionally specific precautions have to be taken during field work because of the overrepresentation of male persons with (telephone) addresses.' (author's abstract)|

## **1 Einleitung**

Im Zusammenhang mit fußballbezogener Zuschauergewalt in Deutschland wurden in den letzten Jahren erhebliche Veränderungen öffentlich beobachtet und wissenschaftlich diagnostiziert. Vor allem in den unteren Ligen (Dwertmann & Rigauer, 2002, S. 87), im Umfeld der sogenannten Ultras als vielerorts aktivste Fangruppierung in den Stadien und in den Fanszenen ostdeutscher Traditionsvereine habe die Gewaltbereitschaft zugenommen<sup>2</sup>. Der Sportsoziologe Gunter A. Pilz hat diese Entwicklungen

---