
5.4 Verfahren zur Präferenzenthüllung

In der Literatur werden vor allem drei (Grund-)Verfahren unterschieden, mit denen die Präferenzen der Individuen enthüllt werden sollen:

1. *Offene Frage (open ended)*: Bei diesem Frageformat werden die Individuen direkt danach befragt, wieviel sie maximal für das betreffende Projekt zu zahlen bereit wären. Der Nachteil daran ist, daß den Befragten in der Regel Erfahrungen mit der Bewertung nicht-marktlicher Güter fehlen und es ihnen von daher schwer fallen könnte, ihre Wertschätzung in einen Geldbetrag umzusetzen. Aus diesem Grund werden z. B. Hilfsmittel wie Zahlungskarten für den Fall der offenen Fragestellung diskutiert. Hierauf ist ein Spektrum möglicher Beiträge aufgetragen, die den Befragten Anhaltspunkte geben sollen. Zum Teil wird daher vorgeschlagen, auf diesen Karten die Ausgaben pro Kopf für bestimmte öffentliche Güter anzugeben. In der Literatur wird weitgehend davon ausgegangen, daß die offene Frageform eher zu einer Unterschätzung der Zahlungsbereitschaft führt.
2. *Referendum (Dichotomous Choice oder Take-it-or leave-it)*: Bei diesem Format wird den Befragten in der Grundform ein einziger Wert genannt und gefragt, ob sie bereit wären, einen Beitrag in dieser Höhe zu leisten. Der Vorteil dieses Vorgehens wird darin gesehen, daß die Befragten sich in einer ähnlichen Situation befinden, wie sie es oft als Käufer auch sind: Waren sind mit einem Preis versehen und die Käufer können sich überlegen, ob sie diesen Preis akzeptieren (d.h. das Gut kaufen) oder ihn ablehnen (nicht kaufen). Daher wären sie eher mit der Fragestellung/Entscheidungssituation vertraut als im Fall z. B. der offenen Frage. Außerdem soll diese Frageformat weniger Anreiz zu strategischem Verhalten bieten. Doch ist das Verfahren deutlich aufwendiger: Da pro Befragten jeweils nur die Zustimmung oder Ablehnung zu einem ihm genannten Wert abgefragt wird, ist ein größerer Stichprobenumfang als bei der offenen Fragestellung erforderlich, um eine vergleichbare Menge an Informationen aus der Stichprobe zu gewinnen. Darüber hinaus muß zum einen das Spektrum der möglichen Beträge festgelegt und aus diesem Spektrum wiederum müssen einzelne Beträge festgelegt werden, zum anderen müssen die verschiedenen Beträge über die Fragebögen verteilt werden. Dabei wird als minimaler Zahlungsbeitrag innerhalb der Stichprobe ein Betrag angegeben, der für nahezu alle Befragten akzeptabel sein müßte, als maximaler Beitrag einer gewählt, der von nahezu keinem Befragten akzeptiert werden sollte. Die Verteilung der dazwischen liegenden Niveaus für die Zahlungsbereitschaft muß so gewählt sein, daß für jedes Niveau etwa gleich viele Befragte als Zahlende in Frage kommen.

3. Versteigerungsmethode (*bidding game*): Bei diesem Verfahren sollen die Befragten in eine Versteigerungssituation versetzt werden. Ausgehend von einem Startwert werden je nach Antwort die Beträge um eine bestimmte Summe erhöht (bei Zustimmung) oder herabgesetzt (bei Ablehnung), bis der Befragte die jeweiligen Werte akzeptiert. Somit handelt es sich um eine erweiterte Form des Dichotomous Choice. Ein wesentliches Problem dieser Methode besteht allerdings darin, daß der vom Interviewer vorgegebene Startwert einen deutlichen Einfluß auf die Zahlungsbereitschaft der Befragten haben kann (sog. *starting point bias*). Weiterhin wird als negativ angesehen, daß diese Methode sehr zeitintensiv ist und „ermüdend“ auf die Befragten wirkt.