

Datenerhebungstechniken

Teil 1: Befragung

- Mündliche Befragung
- Schriftliche Befragung
- Telefoninterview

Die mündliche Befragung

Mündliche Befragungen unterscheiden sich nach dem Ausmaß, in dem eine Interviewsituation durch den Forscher strukturiert und festgelegt, sprich standardisiert ist.

Demnach ist zu unterscheiden zwischen:

- wenig-strukturierten,
- teilstrukturierten und
- stark strukturierten Interviews.

Das „wenig-strukturierte“ Interview

- Durchführung ohne Fragebogen;
- Anordnung und Formulierung der Fragen kann an die Vorstellungen des Befragten angepasst werden;
- Der Befragte bestimmt den Gang des Gespräches;
- Der Grund für „wenig-strukturierte“ Interviews kann sein, dass der Forschungsgegenstand noch nicht klar umrissen ist.

Das „teil-strukturierte“ Interview

- Gespräche, die durch vorformulierte Fragen strukturiert sind;
- Abfolge der Fragen durch Interviewer bestimmbar;
- Einhalten der Frageformulierung durch den Interviewer;
- In der Regel auf einen Gesprächsleitfaden basierend.

Das „stark-strukturierte“ Interview“

- Bei allen Befragten müssen die Fragen mit der gleichen Formulierung und in der gleichen Reihenfolge gestellt werden, so ist eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleistet.
- Der Interviewer soll seine Meinung zum Untersuchungsgegenstand verbergen, um den Befragten nicht zu beeinflussen.

Zur Konstruktion von Fragen und Antwortvorgaben

Bei der Konstruktion von Fragen sind drei Fragen bedeutsam:

- Welche Art von Informationen werden gesucht?
- Welche formale Struktur sollen Fragen und Antwortvorgaben haben?
- Welche inhaltliche Struktur müssen Fragen und Antworten haben?

Fragen

- . Es wird unterschieden zwischen:
 - *Fragen* nach Einstellungen oder Meinungen
 - von Befragten,
 - *Fragen* nach Überzeugungen der Befragten,
 - *Fragen* nach Verhalten der Befragten,
 - *Fragen* nach Eigenschaften von Befragten.

Zur Struktur von Fragen und Antwortvorgaben

- **Geschlossene Fragen:** Vorgegebene Antwortalternativen

Nachteil: Befragte werden gezwungen, zwischen Antworten auszuwählen, die für sie eigentlich nicht in Frage kommen. Damit werden ihre Antworten u.U. in eine bestimmte Richtung gelenkt.

Vorteil: leichter auszuwerten

- **Offene Fragen:** Der Befragte muss seine Antwort in eigenen Worten formulieren

Nachteil: Auswertungskategorien müssen im Nachhinein gebildet werden, was einen größeren zeitlichen Aufwand bedeutet. Weiterhin kann sich nicht jeder Befragte gleich gut artikulieren.

Vorteil: bieten sich zum Beispiel bei Fragen nach Häufigkeiten an

- **Hybridfragen:** eine Kombination aus offenen und geschlossenen Fragen; die Befragten können zusätzlich zu den vorgegebenen Antwortkategorien eine eigene Antwort hinzufügen

Frage- und Antwortformulierung

Faustregeln für die Formulierung von Fragen:

Fragen sollten:

- einfache Worte enthalten,
- kurz formuliert werden,
- konkret sein,
- keine bestimmte Beantwortung provozieren,
- neutral formuliert sein,

- nicht hypothetisch formuliert werden
- sich nur auf einen Sachverhalt beziehen,
- keine doppelten Negationen enthalten,
- den Befragten nicht überfordern,
- zumindest formal „*balanciert*“ sein, (positive und negative Antwortmöglichkeiten enthalten)

Konstruktionskriterien

Bei der Fragebogenkonstruktion ist zu beachten:

- dass die Reihenfolge der Fragen keine *Halo-Effekte* auslöst
- dass sie für den Befragten leicht zu beantworten sind
- dass zu einem Themenbereich mehrere Fragen gestellt werden
- dass Fragen denselben Aspekt des Themas behandeln
- dass neue Fragenkomplexe mit „*Überleitungsfragen*“ eingeleitet werden

Pretest

Vor dem Beginn der Datenerhebung sollte ein Fragebogen empirisch getestet werden.

Pretests dienen unter anderem der Überprüfung:

- des Verständnisses der Fragen durch den Befragten,
- der Effekte der Fragenanordnung,
- der Güte der Filterführung,
- von Kontexteffekten,
- der Dauer der Befragung.

Formen der Antwortverzerrung im Interview (Response Errors)

- Die explizite Verweigerung einer Antwort (Item-Nonresponse)
- Die Abgabe einer „Weiß-nicht“-Antwort („Meinungslosigkeit“)
- Die Abgabe einer inhaltlichen Antwort, obwohl keine Meinung zum erfragten Gegenstand ausgebildet worden ist („*Non-Attitudes*“)
- Die Abgabe sozial erwünschter Antworten („Social-Desireability-Response-Set“)
- Reaktionen auf Merkmale des Interviewers (Interviewereffekte“)
- Reaktionen auf formale Aspekte von Fragen („Frageeffekte“)
- Reaktionen auf die Abfolge von Fragen („Positionseffekte“)
- Reaktionen auf die Anwesenheit Dritter beim Interview („Anwesenheitseffekte“)
- Reaktionen auf den Auftraggeber der Studie („Sponsorship-Effekte“)
- Zustimmung zu Fragen unabhängig vom Inhalt der Fragen („Zustimmungstendenz“, „Akquieszenz“)

Schriftliche Befragung

- Befragungen, in denen eine Gruppe von gleichzeitig anwesenden Befragten Fragebögen in Anwesenheit eines Interviewers ausfüllt;
- Befragungen, bei denen Fragebögen an Befragte postalisch versandt werden.

Vorteile einer schriftlichen Befragung

- kostengünstig: keine Interviewerkosten
- Vermeidung von Interviewerfehlern
- „ehrlichere“ Antworten der Befragten, weil kein Interviewer anwesend ist
- „überlegtere“ Antworten; der Befragte hat mehr Zeit zum antworten
- eine höhere Konzentration, da der Bearbeitungszeitpunkt selbst bestimmbar ist
- glaubwürdigere Zusicherung von Anonymität

Nachteile einer schriftlichen Befragung

- hohe Ausfallquote
- weniger spontane Antworten

Konstruktion eines Fragebogens für eine postalische Befragung

Die **erste Frage** einer schriftlichen Befragung sollte:
sich eng am Thema der Gesamtuntersuchung
orientieren,

- ✓ neutral formuliert sein, d.h. keine Zustimmung oder Ablehnung eines Sachverhalts erfordern,
- ✓ schnell zu beantworten sein,
- ✓ der Einstimmung des Befragten dienen und muss nicht unbedingt eine weitere Funktion für das Thema erfüllen („*Wegwerf-Frage*“),
- ✓ das, was der Befragte als relevant für das Thema betrachtet, sollte zuerst abgefragt werden.

Telefoninterview

Die Gründe für die Durchsetzung der telefonischen Umfrage:

- Die Komplexität der gesellschaftlichen Bezüge verlangt nach schnellerer Bereitstellung von Daten.
- Die gesunkene Akzeptanz von traditionellen Methoden und damit einhergehend die sinkenden Teilnahmequoten bei mündlichen Interviews,
- Steigende Kosten bei mündlichen Interviews
- Eine verbesserte Telefontechnologie,
- Die Tatsache, dass fast die gesamte Bevölkerung per Telefon erreichbar ist.

Sonderformen der Befragung

Leitfadengespräche

Ein Leitfaden enthält *Schlüsselfragen*, die in jedem Interview gestellt werden sollten, sowie „Eventualfragen“, die je nach Verlauf des Interviews gestellt werden können.

Anlass für diese Befragungsform:

- Exploration oder ein Pretest zur Hypothesenentwicklung
- wenn seltene Gruppen analysiert werden sollen, die nur in kleiner Zahl repräsentiert sind
- als Instrument der qualitativen Sozialforschung

Vorteil:

- Der Bezugsrahmen des Befragten wird miterfasst.

Nachteile:

- höhere Anforderungen an den Interviewer
- höherer Zeitaufwand
- geringe Vergleichbarkeit der Ergebnisse
- höhere Anforderungen an den Befragten

Narrative Interviews

Dem Befragten ist das Thema nur grob vorgegeben.

Wenn die Geschichte zu Ende erzählt ist, kann der Interviewer in einer „*Rückgriffphase*“ den Befragten bitten, einzelne Episoden noch einmal zu wiederholen und evtl. zu modifizieren („*Bilanzierungsphase*“).