



Hilfsmittel

Interviews und Fragebögen

Die ersten Fragen muss nicht der Befragte, sondern der Fragesteller beantworten. Wozu eine Befragung, was ist das konkrete Problem? Erst wenn die Fragestellung klar ist, lohnt es sich, einen Fragebogen zu entwerfen und auf die Jagd nach Antworten zu gehen. Konkret: Der Fragebogen sollte nur solche Fragen enthalten, die Antwort auf die Fragestellung geben. Weitere Fragen, die ganz interessant sind, aber nicht ausgewertet werden können oder die in einen anderen Zusammenhang gehören, sollte man also vermeiden. Je kürzer die Befragung dauert, desto besser.

Interview oder Fragebogen: Grundsätzlich kommen zwei Formen in Frage: Entweder stellt ein Interviewer die Fragen und notiert die Antworten, oder man verteilt Fragebögen und hofft auf eine gute Rücklaufquote. Der Vorteil der selbst durchgeführten Befragung ist, dass man dafür sorgen kann, dass auch alle Fragen wirklich beantwortet werden. Die gesammelten Antworten taugen allerdings nur dann, wenn alle Fragen neutral gestellt werden und die Antwort nicht bereits vorgeben (Suggestivfragen).

Vorbereitung: Neben der Verteilung muss geklärt sein, wie die Fragebögen wieder zurückkommen (z.B. durch Sammelkisten in Geschäften). Zu erwarten, dass die Befragten den Bogen per Post zurückschicken, dürfte in den meisten Fällen zu optimistisch sein – es sei denn, es liegen Briefmarken bei. Möglicherweise motiviert ein kleines Gewinnspiel zur Teilnahme.

Im Vorfeld empfiehlt sich ein sogenannter Pretest: Probeweise beantworten drei bis vier Personen den Fragebogen, um mögliche Schwachstellen zu finden. Zu Inhalt und Aufbau eines optimalen Fragebogens siehe später.

Datum und Uhrzeit: Dienstag, Mittwoch und Donnerstag eignen sich gut für Befragungen, da sie den durchschnittlichen Wochentag repräsentieren. Weniger sinnvoll erscheinen Freitage, Feiertagen und die Zeit in den Schulferien. Bestimmte Zielgruppen erfordern natürlich spezielle Befragungszeiten. Falls das Vorhaben dazu dient, verschiedene Straßen miteinander zu vergleichen, sollten die Befragungen an den gleichen Tagen stattfinden. Auf jeden Fall muss in der Auswertung der Befragungstag bzw. die Tage genannt werden. Auch für die Befragungszeiten gilt, dass eine gute Durchmischung hilfreich ist, man also zu verschiedenen Tageszeiten befragen sollte. Immer problematisch: Zeitmangel der zu Befragenden. Besser ein Interview nach als vor der Arbeit, lieber nach dem Einkauf als davor – oder dazwischen: in der Schlange an der Kasse, wenn die Leute sowieso nichts anderes zu tun haben.



Hilfsmittel

Interviews und Fragebögen Seite 2

Ort: Je nach Ort erreicht man unterschiedliche Zielgruppen. Um ein möglichst repräsentatives Ergebnis zu erhalten, empfiehlt es sich also, die Orte der Befragung zu durchmischen.

Interview: Bei Befragungen/Interviews unterscheidet man zwischen standardisierten, offenen und halbstandardisierten Befragungen. Wenn Sie ein Gespräch ohne Fragebogen führen, handelt es sich um eine offene Befragung. Die standardisierte Befragung verläuft dagegen immer gleich – sie dient vor allem dazu, gezielte Informationen von vielen Menschen zu erhalten.

Fragebogen: Offene oder geschlossene Fragen gibt es auch im schriftlichen Interview (Fragebogen) – es hängt ganz vom Zweck der Untersuchung ab. „Handfeste“ Ergebnisse wird man wohl eher mit geschlossenen Fragen, also mit klar vorgegebenen Antwortmöglichkeiten (multiple choice) erhalten. Achtung: Die verschiedenen Antwortmöglichkeiten müssen sich gegenseitig ausschließen, wenn nicht Mehrfachnennungen (Zusatz nicht vergessen!) zulässig sind. Lässt man offene Antworten zu, wird die Auswertung äußerst kompliziert. Schließlich gilt es dann eine Vielzahl von Antworten in einigen wenigen Gruppen zu ordnen, und hier erfolgt stets eine (ungewollte) Bewertung durch den Auswertenden. In manchen Fällen lohnt sich diese Mühe, vor allem dann, wenn es weniger darum geht, quantitative Daten zu erfassen als vielmehr Wünsche, Anregungen oder Kritik zu sammeln.

Aufbau: Wer sich dafür entscheidet, den Fragebogen zu verteilen, sollte in einem einleitenden Text Sinn und Zweck der Befragung darstellen. Die Reihenfolge der Fragen spielt eine Rolle. Die wichtigen Fragen stehen in der Mitte – nachdem die anfängliche Skepsis durch unverfängliche Fragen am Anfang überwunden wurde. Fragen zur Person sollten erst am Ende auftauchen – wenn die Befragten bereits Vertrauen gefasst haben. Sollten sie die Antwort verweigern, ist es dann für die Befragung nicht tragisch. Sensible Fragen am Anfang provozieren jedoch geradezu den Abbruch der Befragung.

Auswertung: Zur Auswertung eines standardisierten Fragebogens eignen sich die Computerprogramme Excel und SPSS. Das von Sozialwissenschaftlern benutzte und geschätzte SPSS gehört allerdings nicht zur Grundausstattung. Zuletzt: Wer die Ergebnisse veröffentlichen oder anderweitig benutzen will, sollte immer die Gesamtheit der Befragten bzw. die Gesamtzahl der zurückgegangenen Fragebögen nennen ($n = x$).