

utb.

Günter Lehmann

Die effektive Befragung

3. Auflage



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau Verlag · Wien · Köln

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Psychiatrie Verlag · Köln

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main



Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann studierte Bauwesen und Berufspädagogik. Als Hochschullehrer und langjähriger Direktor eines freien Instituts hat er über 30 Jahre Diplomand:innen, Promovierende und Habilitierende betreut. Seit mehr als 20 Jahren bereitet er Teilnehmende an Bachelor-, Master- und Promotionsstudien auf das Anfertigen und Präsentieren wissenschaftlicher Arbeiten vor.

Günter Lehmann

Die effektive Befragung

Ein Ratgeber für die Datenerhebung in der beruflichen
und wissenschaftlichen Arbeit

3., überarbeitete und erweiterte Auflage

expert verlag · Tübingen

Umschlagabbildung: © Monster Ztudio – stock.adobe.com

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

3., überarbeitete und erweiterte Auflage 2022

2., aktualisierte Auflage 2017

1. Auflage 2015

DOI: <https://www.doi.org/10.36198/9783838559933>

© 2022 · expert verlag

– ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG

Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: www.expertverlag.de

eMail: info@verlag.expert

Einbandgestaltung: siegel konzeption | gestaltung, Stuttgart

CPI books GmbH, Leck

utb-Nr. 5993

ISBN 978-3-8252-5993-8 (Print)

ISBN 978-3-8385-5993-3 (ePDF)

ISBN 978-3-8463-5993-8 (ePub)



Inhaltsübersicht

Vorwort	VII
Vorwort zur 2. Auflage	IX
Vorwort zur 3. Auflage	X
Inhaltsverzeichnis	XI
Prolog	15
1 Kennzeichnung der Befragung	17
2 Fragen als Führungsmittel	44
3 Besonderheiten des Antwortverhaltens	61
4 Vorbereitung der Befragung	70
5 Ausarbeitung des schriftlichen Fragebogens	84
6 Ausarbeitung des Interviewleitfadens	100
7 Pretest	111
8 Datenauswertung	115
9 Durchführung der schriftlichen Befragung	133
10 Durchführung des Interviews	136
11 Checkliste zur Befragung	163
12 Perspektivwechsel: Rolle des Befragten	169
Quintessenz	173
Quellen- und Literaturverzeichnis	174
Abbildungsverzeichnis	179
Sachwortverzeichnis	181

Vorwort

Die Befragung bietet hervorragende Möglichkeiten, Informationen von unterschiedlichen und teilweise breiten Zielgruppen zu erhalten. Allerdings bleibt der erwartete Erfolg dann aus, wenn der Interviewer so wie im folgenden Beispiel agiert:

Der Mitarbeiter im Lager eines großen Möbelhauses wird vom Interviewer gefragt:

„Wie bewerten Sie die State of the Art-Kompetenzen des Hauses, um den Paradigma-Wechsel der ausdifferenzierten Motivationsfaktoren zu bewältigen?“

Reaktionen: Schweigen, Schulterzucken, Kopfschütteln.

Offenbar sollte der Interviewer nicht nur nach Gutdünken und Intuition vorgehen. Er muss sich der speziellen Beziehungssituation zwischen Fragenden und Befragten bewusst sein. Dazu bedarf es einiger Kenntnisse über geeignete Vorgehensweisen in den unterschiedlichen Befragungsarten und -situationen.

Das Buch möchte behilflich sein, aus der Sicht des Fragenden, des Interviewers, die Befragung

- sowohl im betrieblichen Umfeld zur Vorbereitung von Entscheidungen
- als auch im wissenschaftlichen Arbeitsprozess als Instrument der Feldforschung zum Belegen und Generieren von Hypothesen und nicht zuletzt
- im medizinisch-diagnostischen Interview zur Anamnese

effektiv, also mit einem hohen Zielerreichungsgrad durchzuführen. Empfehlungen zur Rolle des Befragten bilden dazu eine Ergänzung.

Nach einer ausführlichen Kennzeichnung der Befragung, ihrer Modelle, Arten, Formen und Merkmale im 1. Teil werden in einem 2. Teil Formulierungsgrundsätze und Formen der Frage vorgestellt. Der 3. Teil reflektiert Besonderheiten des Antwortverhaltens und bietet Prüfkriterien für die Verwertbarkeit der Antwort an. Der 4. Teil erläutert die allgemeinen Vorbereitungsaktivitäten für die schriftliche Befragung und das mündliche Interview. Die Ausarbeitung des schriftlichen Fragebogens wird im 5. Teil und des Interviewleitfadens im 6. Teil behandelt. Teil 7 stellt Verfahren für den Pretest beider Instrumente vor. Die Aufbereitung und Auswertung der gewonnenen Daten ist Gegenstand des 8. Teils.

Nach einer knappen Darstellung zur Durchführung der schriftlichen Befragung im 9. Teil wird im 10. Teil ausführlich die Phasenstruktur im Leitfadenterview erläutert. Der 11. Teil schließt mit einer Checkliste zur Befragung die Orientierungen zur Rolle des Interviewers ab. Im 12. Teil wird die Perspektive gewechselt und ergänzt durch Empfehlungen für die Rolle des Befragten im Interview. Die Quintessenz stellt den Bezug zur professionellen Frage im Prolog her.

Das Buch ist so aufgebaut, dass sich auch der eilige Leser ohne Lektüre des gesamten Textes anlassbezogen in den einzelnen Teilen, Kapiteln und Abschnitten Rat holen kann. Das detaillierte Inhaltsverzeichnis soll dabei eine rasche Orientierung ermöglichen.

Im Text wird durchgängig die männliche Sprachform verwendet. Alle Aussagen gelten selbstverständlich für Männer und Frauen gleichzeitig. Wenn z. B. von Interviewern die Rede ist, sind stets Interviewerinnen und Interviewer gemeint.

An dem Buch hat eine Reihe von Personen tatkräftig mitgewirkt. Mein besonderer Dank gilt Frau Antje Albani für die Text- und Bildgestaltung, Frau Ingrid Lehmann für die gründliche Durchsicht des Manuskripts sowie Frau Sandra Buschmann für den Einbandentwurf.

Dem Autor bleibt zu wünschen, dass die Leser von dem Buch in der Weise profitieren können, wie es für ihre erfolgreiche Tätigkeit erforderlich ist.

*Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann
August 2015*

Vorwort zur 2. Auflage

Der Ratgeber hat in den letzten beiden Jahren Aufnahme als Lehrmaterial in Seminaren zum wissenschaftlichen Arbeiten und zur Führung von Interviews gefunden. Dabei traten eine Reihe von Fragen im praktischen Umsetzen der Empfehlungen auf. Ihre Beantwortung führte zu Ergänzungen im Text. Sie beziehen sich in der 2. Auflage vor allem auf

- die Vorbereitung der Befragung (Teil 4), mit einer Schrittfolge zum Bilden der Stichprobe (Kapitel 4.3) und Empfehlungen zur Interviewanfrage (Kapitel 4.4),
- die Kontaktphase im Interview (Kapitel 10.1) mit den Schwerpunkten: Geplante Wartezeit, Gesprächseinstieg, Eindrucksbildung und Ablaufvereinbarung.

Der Autor möchte seine Leser ausdrücklich dazu ermuntern, die vorgeschlagenen Empfehlungen auf ihre Nützlichkeit zu hinterfragen, Ergänzungen anzumahnen und neue Fragen zu stellen.

Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann
März 2017

Vorwort zur 3. Auflage

Auch diese Auflage greift auf Erfahrungen aus Seminaren zum wissenschaftlichen Arbeiten, bei der Betreuung von Graduierungsarbeiten und der Befragung größerer Populationen zurück. Sie unterstreichen erneut den hohen Stellenwert einer gründlichen Vorbereitung des schriftlichen Fragebogens ebenso wie des Interviewleitfadens. Dauerhaft beschäftigen u. a. solche Fragen:

- Wie ist die Grundgesamtheit so zu messen, dass am Ende die Antwort auf die Forschungsfrage ausreichend belegt wird?
- Welcher Stichprobenumfang ist mindestens zu sichern, damit die Ergebnisse der Befragung die Grundgesamtheit angemessen repräsentieren?

In den Teilen 4 und 5, insbesondere im Kapitel 4.4 werden dazu weitere Empfehlungen vorgestellt.

Das Tafelwerk in Teil 11 „Checkliste zur Befragung“ wurde nummeriert den entsprechenden Textstellen zugeordnet. In Abschnitt 8.1.7 wird der Überblick über die Statistikprogramme für die Auswertung der Fragebogen ergänzt.

*Prof. Dr. paed. habil. Günter Lehmann
August 2022*

Inhaltsverzeichnis

Prolog	15
1 Kennzeichnung der Befragung	17
1.1 Erhebungsmethoden	17
1.2 Prozessmodelle	20
1.3 Arten	24
1.3.1 Überblick.....	24
1.3.2 Postalisch-schriftliche Befragung	26
1.3.3 Online-Befragung.....	27
1.3.4 Persönlich-mündliche Befragung – Interview	27
1.3.5 Telefoninterview.....	28
1.3.6 Weitere Befragungsarten	29
1.4 Formen.....	31
1.4.1 Überblick.....	31
1.4.2 Freie bzw. unstrukturierte Befragung	31
1.4.3 Strukturierte bzw. halbstrukturierte Befragung	31
1.4.4 Standardisierte Befragung	32
1.5 Typen	34
1.6 Techniken	36
1.7 Merkmale.....	37
1.7.1 Überblick.....	37
1.7.2 Rollenverteilung	38
1.7.3 Zielorientierung	38
1.7.4 Verzerrung.....	39
1.7.5 Reaktivität	40
1.8 Genauigkeitskriterien.....	42
1.9 Zusammenfassung	43

2 Fragen als Führungsmittel.....	44
2.1 Formulierungsgrundsätze	44
2.1.1 Überblick.....	44
2.1.2 Sicherung der Verständlichkeit	45
2.1.3 Begründeter Frageinsatz.....	47
2.1.4 Prophylaxe bei Abwehrhaltung.....	50
2.2 Frageformen	52
2.2.1 Überblick.....	52
2.2.2 Antwortverhalten beeinflussende Fragen	53
2.2.3 Gegenstandsorientierte Fragen	56
2.2.4 Dialogsteuernde Fragen.....	58
2.3 Zusammenfassung	60
3 Besonderheiten des Antwortverhaltens.....	61
3.1 Zur Glaubwürdigkeit/Verwertbarkeit von Antworten	61
3.1.1 Ursachen für Unglaubwürdigkeit	61
3.1.2 Feststellen der Antwortverwertbarkeit	62
3.2 Formale Antworten.....	66
3.3 Antwortverweigerung.....	67
3.4 Tricks bei der Antwortverweigerung.....	67
3.5 Zusammenfassung	69
4 Vorbereitung der Befragung	70
4.1 Überblick.....	70
4.2 Ziele und Auskunftspersonen bestimmen.....	71
4.3 Auskunftspersonen analysieren	72
4.4 Grundgesamtheit bestimmen, Stichprobe ziehen.....	76
4.5 Interviewanfrage stellen	82

5	Ausarbeitung des schriftlichen Fragebogens	84
5.1	Messmodell.....	84
5.2	Fragebogaufbau	94
5.3	Formale Gestaltung.....	98
6	Ausarbeitung des Interviewleitfadens	100
6.1	Entwurf des Frageschemas	100
6.2	Leitfaden abstimmen und testen	108
6.3	Aufzeichnung des Interviews planen.....	110
7	Pretest.....	111
7.1	Kennzeichnung.....	111
7.2	Testverfahren.....	112
8	Datenauswertung.....	115
8.1	Standardisierter Fragebogen	115
8.1.1	Überblick.....	115
8.1.2	Codierung.....	116
8.1.3	Datenmatrix.....	117
8.1.4	Fehlerkontrolle	118
8.1.5	Um- und Neubildung von Variablen	118
8.1.6	Statistische Analysen.....	120
8.1.7	Statistikprogramme.....	121
8.2	Leitfaden – Interview.....	122
8.2.1	Überblick.....	122
8.2.2	Quantitatives Verfahren.....	123
8.2.3	Pragmatisches Verfahren.....	125
8.3	Dokumentation der Ergebnisse.....	127
8.3.1	Inhalt	127
8.3.2	Ergebnisdarstellung	127

9 Durchführung der schriftlichen Befragung	133
9.1 Vorgehensweisen.....	133
9.2 Anschreiben.....	133
9.3 Formempfehlungen.....	134
9.4 Versand.....	134
9.5 Spezialfall: Online-Befragung	135
10 Durchführung des Interviews.....	136
10.1 Kontaktphase	136
10.2 Positionierungsphase	141
10.3 Informationsphase	142
10.4 Ausklangphase.....	153
10.5 Störfaktoren im Interview.....	154
10.5.1 Interviewbarrieren.....	154
10.5.2 Interviewblocker	157
10.6 Spezialfall: Telefoninterview	161
11 Checkliste zur Befragung.....	163
12 Perspektivwechsel: Rolle des Befragten	169
Quintessenz.....	173
Quellen- und Literaturverzeichnis.....	174
Abbildungsverzeichnis	179
Sachwortverzeichnis.....	181

Prolog

Fragen zu stellen lohnt sich immer, es sei denn, man stellt sie bewusst mit Rücksicht auf die Antwort.

Die unprofessionelle Fragestellung, die als Antwort keine verwertbare Information bringt:

Ein führender Politiker gab nach einer für seine Partei ungünstig verlaufenen Landtagswahl folgendes Interview:

Reporter: *„Könnte dieses schlechte Ergebnis eine Führungsdiskussion auslösen?“*

Politiker: *„Was für’n Ding?“*

Reporter: *„Führungsdiskussion!“*

Politiker: *„Was verstehen Sie darunter?“*

Reporter: *„Einen Wechsel in der Führung.“*

Politiker: *„Ist ein Führungsmitglied an Sie herangetreten?“*

Reporter: *„Nein.“*

Politiker: *„Oder sind Sie ein Mitglied meiner Partei?“*

Reporter: *„Nein.“*

Politiker: *„Na, sehen Sie!“*

(Quelle: WACLAWCZYK, CH., 2005, S. 56)

Empfehlungen:

- ⇒ Beginne ein Interview niemals mit einer provokativen Frage!
- ⇒ Halte die Rollenverteilung ein; der Interviewer stellt die Fragen!

Die professionelle Fragestellung, die als Antwort eine verwertbare Information bringt:

Zwei Priester, ein Dominikaner und ein Jesuit, streiten darüber, ob es eine Sünde sei, gleichzeitig zu beten und zu rauchen. Weil sie sich nicht einigen können, beschließen sie, ihren jeweiligen Prior zu fragen.

Ein paar Tage später treffen sie sich wieder. Der Dominikaner fragt: „*Na, was hat Dein Prior gesagt?*“

Der Jesuit antwortet: „*Er sagt, das sei schon in Ordnung, es sei keine Sünde, beides gleichzeitig zu tun.*“

„*Das ist ja lustig*“, antwortet der Dominikaner, „*Mein Prior sagt, gleichzeitig rauchen und beten sei natürlich eine Sünde.*“

Der Jesuit fragt: „*Was hast Du ihn denn gefragt?*“ Der Dominikaner antwortet: „*Ich fragte meinen Prior, ob man beim Beten rauchen darf?*“

„*Nun*“, sagt der Jesuit, „*meinen Prior habe ich gefragt, ob man beim Rauchen beten darf.*“

(Quelle: BERNINGER, I., 2012, S. 66)

Empfehlung:

⇒ Transformiere die Frage in die Nutzens- und Vorteilssicht für den Befragten, hier: Erweiterung hin zum erwünschten Verhalten.

1 Kennzeichnung der Befragung

1.1 Erhebungsmethoden

Das Erheben von Fakten und Meinungen gehört zum Alltag der beruflichen Praxis in Wissenschaft und Wirtschaft.

In der wissenschaftlichen Arbeit bewähren sich beispielsweise Befragungen oder Beobachtungen als Instrumente der Feldforschung beim

- Belegen von Annahmen über Zusammenhänge zwischen mehreren Variablen oder beim
- Aufstellen und Belegen von Hypothesen.

In der Wirtschaft sind typische Erhebungssituationen beispielsweise:

- Einholen von Informationen zu Schwachstellen in der Sicherheit oder zur Realität des Qualitätsmanagements im Unternehmen,
- Beobachten des Mitarbeiterverhaltens im Umgang mit flexiblen Arbeitszeiten,
- Befragen von Experten zu Entwicklungsoptionen von Unternehmen, Branchen oder Regionen.

Zum Feststellen der Krankengeschichte spielt in zahlreichen medizinischen Berufen die Anamnese, also das Erheben von Daten zu früheren Krankheiten, Unfällen, Operationen, Lebensgewohnheiten und Arbeitsbedingungen, eine wichtige Rolle (LIEM, T. et al., 2006, S. 54).

In Abb. 1 sind die unterschiedlichen Erhebungsmethoden dargestellt.