

Leitfaden für das Erstellen eines Fragebogens

DI Thusnelda Reinisch-Rotheneder

Quelle:www.2ask.net

Fragebögen

□ § Noelle Neumann (1965):

**"Nicht der Interviewer muss schlau sein,
sondern der Fragebogen."**

□ § FRIEDRICHS (1985):

**"Die Frage ist das Bindeglied zwischen den
Variablen der Hypothesen und den Antworten."**

Inhalt

- Ziel
 - Konzeption
 - Inhalt
 - Umfang
 - Ablauf
 - Teilnehmerkreis
 - Fragetypen
 - offene Fragen
 - geschlossene Fragen
 - Tipps
 - Reihenfolge
 - Formulierung & Fragen
 - Inhaltliche Relevanz
 - Darstellungsform
 - Antwortkriterien
 - Demographische Daten
 - Vermeiden von Antworttendenzen
 - Deckblatt
 - Schluss
 - Pretest
-

Ziel

- Zweck
 - Erwartung an Ergebnisse
 - Welche Fragen sollen beantwortet werden

 - Ziel:
 - detailliert
 - konkret
 - schriftlich
 - mit Termin
-

Konzeption

Inhalt

- bereits vorhandenen Fragebogen
- recherchieren
- mit Experten erstellen

Umfang

- so kurz wie möglich
- so lang wie nötig

Ablauf

- Zumutbarer Zeitrahmen
- Zeitpunkt günstig wählen (Urlaubszeiten, Weihnachtszeit)

Teilnehmerkreis

- Fragen durch alle beantwortbar
 - Vollbefragungen
 - Stichproben (repräsentativ)
-

Fragetypen: Offene Fragen

- **Überlassen die Antwortformulierung dem Befragten. Es werden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben.**
 - **Beispiel: "Was halten Sie von ...?"**
 - **Anwendung**
 - **Erfassung von Motiven**
 - **Erfassung von Werthaltungen**
 - **Erfassung von Zielsetzungen**
 - **Bestimmung von Bedeutungszusammenhängen**
-

Offene Fragen

Vorteile

- entsprechen der täglichen Konversation
- Engen den Bedeutungsumfang nicht ein
- mehr Aspekte werden berücksichtigt
- Gut anwendbar auf verbal höherem Niveau

Nachteile

- Setzen viele Begriffe als bekannt voraus
 - kann verbal überfordern
 - geringere Objektivität
 - Durchführung kompliziert
 - Teuer
-

Fragetypen: Geschlossene Fragen

- Beispiel: „**Kreuzen sie bitte an...**?“
 - Gibt Antwortmöglichkeiten vor
-

Geschlossene Fragen

Vorteile

- ❑ **Steigern die Durchführungs- u. Interpretationsobjektivität**
 - ❑ **Antworten erfolgen im intendierten Bezugsrahmen**
 - ❑ **Erfasst werden Aspekte, die der Forscher bei der gegebenen Frage für relevant hält**
 - ❑ **Befragte haben einen Überblick über mehrere Antwortmöglichkeiten und können besser entscheiden**
 - ❑ **Geringere Abhängigkeit vom verbalen Niveau der Befragten**
 - ❑ **Durchführung unkompliziert und billiger**
 - ❑ **Gewährleisten, dass der Befragte Punkte nur deshalb nicht nennt, weil sie ihm nicht einfallen oder er sie nicht formulieren kann.**
-

Geschlossene Fragen

Nachteile

- Gefahr der Simplifizierung**
 - Es werden nur Ergebnisse erfasst, die mit diesem Kategoriensystem messbar sind**
 - Gefahr der Bevormundung**
 - Sollen nur dort eingesetzt werden, wo bereits Kenntnisse über einen Sachverhalt bestehen und eher eine Gewichtung der möglichen Zusammenhänge vorgenommen werden soll.**
 - Versuchsperson kann raten**
-

Tipps: Reihenfolge & Formulierung

- Reihenfolge
 - Vom Allgemeinen zum Konkreten
 - Vom Einfachen zum Abstrakten
 - Formulierung der Fragen
 - Klar und unmissverständlich
 - Kurz wie möglich- lang wie nötig
 - Fach- und Fremdwörter vermeiden
 - Sprache anpassen
 - Abkürzungen vermeiden
 - Immer nur auf 1 Sachverhalt pro Frage
 - Keine Suggestivfragen
 - Keine doppelten Verneinungen
 - „immer“ und „nie“ vermeiden
-

Tipps: Inhaltliche Relevanz

- Trifft die Frage für jeden Befragten zu?
 - Hat jeder Befragte die Information zur Hand, die benötigt werden, um die Frage zu beantworten?
 - Bezieht sich die Frage auf einen Zeitraum, an den sich jeder Befragte erinnern kann?
 - Ist die Frage einfach genug, damit die Motivation nicht negativ beeinflusst wird?
-

Tipps: Darstellungsformen von Fragen

- offene oder geschlossene Fragen
 - Tabellen/Matrizen
 - Semantische Differentiale
 - Ranglisten/Hierarchie
 - Grafische Skalen
-

Darstellungsform: Tabelle

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten des telefonischen Kundenservice?

	sehr zufrieden	zufrieden	weder zufrieden noch unzufrieden	unzufrieden	sehr unzufrieden
Erreichbarkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freundlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schnelligkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Dieser Fragetyp wird benutzt, wenn mehrere Aussagen zu einem Thema bewertet werden sollen. Die Darstellung wird dadurch übersichtlicher und einfacher zu handhaben.

Darstellungsform: semantische Differenziale

**Bitte markieren Sie Ihre Position bezüglich folgender Aussagen.
Das vorliegende Produkt finde ich**

	weder noch					
teuer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	billig
qualitativ hochwertig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	qualitativ minderwertig

Darstellungsform: Rangliste

Sortieren Sie die nachfolgenden Cola-Sorten nach Ihrer persönlichen Präferenz

Coca Cola	[hier klicken] ▼
Pepsi	[hier klicken] ▼
Afri Cola	[hier klicken] ▼ [hier klicken] 1. 2. 3.



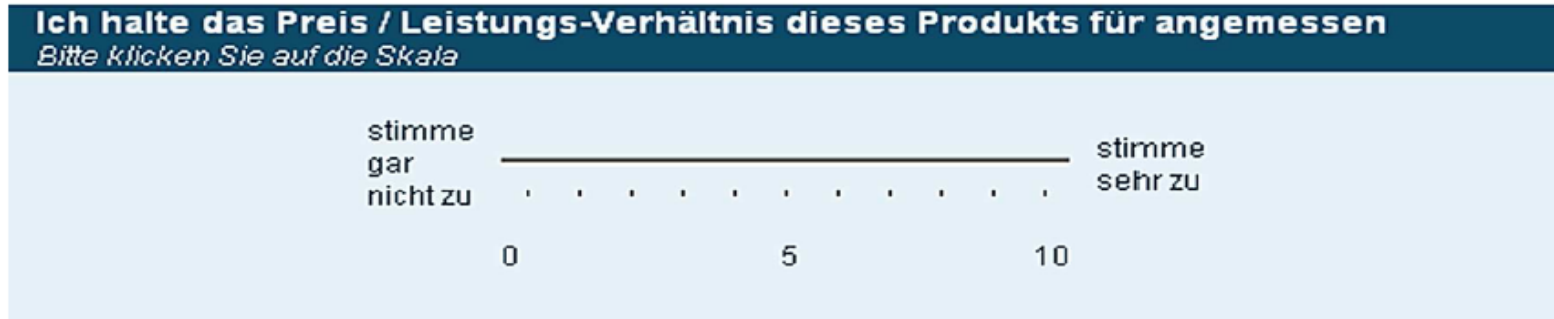
Wenn beispielsweise geklärt werden soll, wie verschiedene Maßnahmen oder (Konkurrenz-)Produkte im Verhältnis zueinander bewertet werden, kann es sehr sinnvoll sein, diese in eine Rangfolge bringen zu lassen.

Durch diesen Fragetyp können Folgefragen nach den zweitwichtigsten, dritt wichtigsten Maßnahmen usw. eingespart werden.

Darstellungsform: Grafische Skala

4.5.4 Graphische Skalen

Bei **graphischen Skalen** werden die Antworten nicht als Text präsentiert sondern als Zahlenstrahl oder ähnliches.



Die Teilnehmer markieren ihre Position zu einer bestimmten Frage bzw. Aussage auf diesem Zahlenstrahl.

Tipps: Antwortkategorien

- gerade Anzahl
 - keine Mittelposition
 - + Antworten lassen sich dichotomisieren →
Reduktion auf 2 Kategorien
 - Zwang zur Tendenz
 - Ausweg: neutrale „weiß nicht“ Möglichkeit
-

Tipps: Antwortkategorien

- ungerade Anzahl
 - Mittelkategorie
 - + unentschiedene Meinung möglich
 - überdurchschnittlich häufig mittlerer Wert
 - Ausweg: Enthaltungsmöglichkeit „weiß nicht“
-

Tipps: demographischen Daten

- nur wenn nötig
 - Befragten erklären warum
 - am Anfang, weil schnell und einfach
ABER Gefahr der Abschreckung
 - am Ende, weil eher Bereitschaft
ABER Gefahr des Vergessens
-

Tipps:

Vermeiden von Antworttendenzen

- systematisches Reagieren
 - „JA-Sage“ Tendenz
 - Kontrollfragen mit Negativformulierung
 - Tendenz zur Mitte
 - präzise und genaue Formulierung
 - mehrere Kategorien
-

Tipps: Deckblatt

- Instruktionen, Anweisungen und Hinweise
 - Zweck
 - verantwortlicher Veranstalter der Umfrage
 - Zeitaufwand für Bearbeitung
 - Einsendeschluss
 - Ansprechpartner mit Tel.Nr und e-mail
 - bei anonymen Befragungen: Vertraulichkeit
 - Instruktionen zur Fragebeantwortung
-

Tipps: Schluss

- Platz für Kommentare und Anregungen
 - höflich
 - hilfreich zur Aufdeckung von Missverständnissen
 - DANKE
-

Tipps:

Pretest (Test des Fragebogens)

- Personen, die nicht an der Konzeption beteiligt waren
 - Durchsicht auf Fehler, Unklarheiten
 - Dauer überprüfen
 - bei Onlinebefragung technische Handhabbarkeit
 - Überarbeitung mit eventuellen 2. Pretest
-