

Infotext: Fragearten

Fragearten hinsichtlich Fragefunktion

Eisbrecherfragen: Eisbrecherfragen haben die Aufgabe, Kontakt zum Befragten herzustellen und dessen Bereitschaft zur Teilnahme an der Befragung zu erhöhen.

Sachfragen: Sachfragen dienen der Klärung von Sachverhalten, die den Auftraggeber interessieren, und sind damit inhaltlicher Natur. Sie machen den Löwenanteil der Fragen aus.

Überleitungsfragen (Pufferfragen): Überleitungsfragen sollen die Gedanken des Befragten von vorangegangenen Themen abschirmen, welche häufig nachfolgende Fragen „überstrahlen“ können („Halo“-Effekt).

Beispiel: Die Beantwortung von Fragen, die sich mit dem Thema „Sexuelle Praktiken“ befassen, werden häufig in Abhängigkeit davon beantwortet werden, ob vorher über Schutzmaßnahmen gegen Aids oder über Verklemmtheit gesprochen wurde.

Filterfragen: Filterfragen haben die Aufgabe, nachfolgende Fragen zu überspringen, sofern deren Beantwortung abhängig von der Beantwortung der vorangehenden Frage nicht mehr sinnvoll ist.

Beispiel: „Rauchen Sie?
 Ja Nein

Wenn „Nein“, bitte weiter mit Frage 9.
 Wenn „Ja“, bevorzugen Sie Filterzigaretten?“ usw.

Kontrollfragen: Kontrollfragen haben die Aufgabe, die Gültigkeit („Validität“) von Antworten zu kontrollieren, denn häufig geben die Befragten ggf. unbewusst unwahre Antworten. Dazu werden dem Befragten entweder wohlklingende, aber unglaubwürdige Antworten angeboten (z. B. „Ich lache nie über unanständige Witze“) oder bestimmte Sachverhalte werden mit anderen Worten wiederholt abgefragt.

Fragearten hinsichtlich Fragetechnik

Offene Fragen: Hier soll der Befragte eine Antwort selbst formulieren, er erhält keine Antworthilfen.

Beispiel: „Wie gefällt Ihnen das Fernsehprogramm des Privatsenders RTL?“

Um die Beantwortung offener Fragen besser „steuern“ zu können, wurde die **Satzergänzungsfrage** entwickelt. Diese gilt als Sonderform der offenen Frage.

Beispiel: „Wenn ich RTL einschalte, dann stört es mich sehr, dass _____.“

Geschlossene Fragen: Hier muss sich der Befragte für eine oder mehrere vorformulierte Antwortmöglichkeiten entscheiden. Geschlossene Fragen können unterschiedlich ausgestaltet werden:

- **Alternativfrage:**¹ Der Befragte muss sich zwischen zwei vorgegebenen Antwortmöglichkeiten entscheiden. Dabei werden auch die Fragen als Alternativfragen eingeordnet, die dem Befragten zusätzlich eine Ausweichmöglichkeit einräumen wie zum Beispiel „weiß nicht“ oder „keine Meinung“.

Beispiel: „Halten Sie Frankreich für ein gutes Urlaubsland? Ja Nein Weiß nicht“

- **Alternativfrage als Dialogfrage:** Der Befragte muss bei einem vorgegebenen fiktiven Dialog entweder einer Position oder gar nicht zustimmen.

¹ Alternative: Möglichkeit oder Notwendigkeit der Entscheidung zwischen zwei sich ausschließenden Möglichkeiten, auch eine dieser Wahlmöglichkeiten selbst.

Beispiel: Die Kunden Müller und Krause unterhalten sich. Müller sagt: „Beim PC-Kauf achte ich nur noch auf den Preis.“ Krause erwidert: „Das sehe ich anders. Meine Kaufentscheidung mache ich vom Service abhängig.“

Wem würden Sie zustimmen? Müller Krause keinem von beiden

- **Mehrfachauswahlfrage mit einer Nennung:** Der Befragte soll aus mehreren vorgegebenen Antwortmöglichkeiten eine auswählen.

Beispiel: „Welches Merkmal hat Sie an dem neuen Automodell zuerst angesprochen?“

- Design
- Leistung
- elektronische Assistenten
- Preis
- Fahreigenschaften

- **Skalafrage:** Die Skala ist eine Sonderform der Mehrfachauswahlfrage mit einer Nennung: Auch hier soll der Befragte zwischen mehreren vorgegebenen Antwortmöglichkeiten eine auswählen. Die Antwortmöglichkeiten lassen sich jedoch auf einer Skala in eine Reihenfolge bringen und können, abhängig von der Art der Skala, mehr oder weniger präzise messen:

Beispiel: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Auto?“

- | | | | | | |
|-----------------------------------|---|-------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> ++ oder: | <input type="checkbox"/> sehr zufrieden | oder: | <input type="checkbox"/> 😊 | <input type="checkbox"/> 😐 | <input type="checkbox"/> ☹️ |
| <input type="checkbox"/> + | <input type="checkbox"/> zufrieden | | | | |
| <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> mal so, mal so | | | | |
| <input type="checkbox"/> - | <input type="checkbox"/> eher unzufrieden | | | | |
| <input type="checkbox"/> -- | <input type="checkbox"/> sehr unzufrieden | | | | |

oder: sehr zufrieden gar nicht zufrieden”

- **Mehrfachauswahlfrage mit mehreren Nennungen:** Der Befragte kann mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen. Eine Rangfolge der Antwortmöglichkeiten besteht nicht.

Beispiel: „Welche dieser Getränke kaufen Sie gewöhnlich ein?“

- Mineralwasser
- O-Saft
- A-Saft
- Limonade
- Bier

- **Hybridfragen:** Wird eine geschlossene Frage um eine offene Frage, die nur bei Bedarf zu beantworten ist, ergänzt, so handelt es sich um eine „Hybridfrage“.

Beispiel: „Welche Artikel wünschen Sie sich zusätzlich in unserem Sortiment?“

- Heißgetränke
- Kekse
- Schokoladenartikel
- andere: _____

Infotext: 12 Regeln der Fragebogenerstellung

§ 1 Jede Frage dient der Zielsetzung der Befragung.

Befragungen sind aufwendig und kostspielig. Es dürfen daher nur Fragen in den Fragebogen aufgenommen werden, die nachweislich dazu dienen, die Befragungsziele des Auftraggebers zu erreichen.

§ 2 Jede Frage ist leicht verständlich formuliert.

Der Entwickler des Fragebogens darf nicht davon ausgehen, dass der Befragte über denselben Kenntnishintergrund zum Thema verfügt. Außerdem ist der Befragte nicht mit der Fachsprache vertraut, die für den Entwickler des Fragebogens selbstverständlich ist.

Schlechtes Beispiel: „In welcher Größenordnung sollte der Hersteller dieses Produkt aus Ihrer Perspektive preislich positionieren?“

Gutes Beispiel: „Wie viel darf dieses Produkt aus Ihrer Sicht höchstens kosten?“

§ 3 Fragen dürfen nicht die Beantwortung nachfolgender Fragen erübrigen.

Häufig erübrigt sich eine Frage in Abhängigkeit von der Beantwortung der vorangegangenen Fragen.

Beispiel: Der Frage „Kaufen Sie Lebensmittel in Konserven?“ folgt die Frage „Wie viel geben Sie durchschnittlich pro Woche für Konserven aus?“. Wurde die erste Frage mit „Nein“ beantwortet, erübrigt sich die zweite Frage.

Bei Auftreten dieses Problems sollten Filterfragen eingesetzt werden.

§ 4 Jede Frage bezieht sich auf nur einen Sachverhalt.

Sowohl bei der Beantwortung als auch bei der Auswertung schleichen sich sonst Ungenauigkeiten ein.

Schlechtes Beispiel: „Wurden Sie von unseren Verkäufern freundlich und qualifiziert bedient?“

Gutes Beispiel: „Ich erlebte die Verkäufer als höflich qualifiziert usw.“

§ 5 Jede Frage ist grundsätzlich neutral formuliert, sodass der Befragte nicht beeinflusst wird.

Schlechtes Beispiel: „Sind auch Sie der Meinung, dass Zigaretten besser nicht im Supermarkt verkauft werden sollten?“ (Suggestivfrage¹)

Gutes Beispiel: „Welcher der folgenden Aussagen würden Sie zustimmen?
 Zigaretten sollten weiterhin im Supermarkt verkauft werden.
 Zigaretten sollten nicht im Supermarkt verkauft werden.“

§ 6 Geschlossene Fragen schließen keine sinnvollen Antworten aus.

Alle Antwortmöglichkeiten müssen ausreichend differenziert sein, um alle Antwortmöglichkeiten einzuschließen. Darüber hinaus können sie zu Hybridfragen (siehe „Fragetechniken“ Seite 43) erweitert werden.

Schlechtes Beispiel: „Mit welchem Verkehrsmittel gelangen Sie zur Arbeit?
 Auto Bahn Fahrrad zu Fuß“

Gutes Beispiel: „Mit welchem Verkehrsmittel gelangen Sie zur Arbeit?
 Auto Bahn Fahrrad Motorrad zu Fuß
 Ich wohne bei meiner Arbeitsstätte andere: ...“

Merke: Sofern der Befragte aus gutem Grunde unsicher in seiner Antwort sein kann, müssen geschlossene Fragen eine Ausweichantwort wie „weiß nicht“, „keine Meinung“ usw. anbieten. Sonst wird der Befragte zu nicht zutreffenden Antworten gezwungen und das Ergebnis verfälscht.

¹ Suggestivfrage: Frage, die eine bestimmte Antwort besonders nahe legt.

§ 7 Negative und positive Antwortmöglichkeiten bei geschlossenen Fragen halten sich die Waage.

Schlechtes Beispiel: „Wie hat Ihnen dieses Produkt gefallen?“
 sehr gut gut zufriedenstellend weniger gut“

Gutes Beispiel: „Wie hat Ihnen dieses Produkt gefallen?“
 sehr gut gut durchschnittlich weniger gut“
 überhaupt nicht“

§ 8 „Zustimmungsfragen“ sind zu vermeiden.

Hintergrund ist das Problem, dass Befragte mit geringerem Selbstbewusstsein dazu neigen, einer Aussage – unabhängig vom Inhalt – zuzustimmen. Man geht davon aus, dass diese grundsätzliche „Zustimmungstendenz“ eine Strategie vieler Menschen ist, Konflikte und Probleme zu vermeiden.

Schlechtes Beispiel: „Nehmen Sie zu folgender Aussage Stellung: Alkohol sollte im Supermarkt verkauft werden.“
 stimme zu stimme nicht zu“

Gutes Beispiel: „Welcher der folgenden Aussagen würden Sie zustimmen?“
 Alkohol sollte im Supermarkt verkauft werden.
 Alkohol sollte nicht im Supermarkt verkauft werden.“

§ 9 Fragen beziehen sich stets auf konkrete, objektive Sachverhalte

Fragen sollten sich immer auf konkrete und objektiv nachprüfbare Sachverhalte beziehen. Fragen nach Handlungsabsichten in der Zukunft haben wenig Aussagewert.

Antworten auf solche Fragen spiegeln oft nicht die Wirklichkeit wider, denn in vielen Fällen antwortet der Befragte unbewusst unwahr auf solche Fragen (sogenannte „Antwortverzerrungen“), da er sich durch Überzeugungen, Ideale oder Verklärungen selbst täuscht.

Schlechtes Beispiel: „Würden Sie zukünftig umweltfreundliche Haushaltsmittel kaufen?“

Gutes Beispiel: „Welche Haushaltsprodukte setzen Sie zurzeit ein?“

§ 10 Zu jedem komplexen Themenbereich werden mehrere Fragen gestellt.

Jeder wichtige Themenbereich sollte durch mehrere Fragen erschlossen werden („multiple Indikatoren“), die den Sachverhalt aus verschiedenen Richtungen beleuchten. Auf diese Weise wird die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Antworten der Realität entsprechen.

§ 11 Dem Befragten darf nicht vermittelt werden, seine Meinung sei sozial unerwünscht.

Hintergrund ist das Problem, dass Befragte nicht ehrlich antworten, wenn sie glauben, dass ihre Antwort vom Interviewer oder Auftraggeber missbilligt wird. Gerade Personen mit geringem Selbstbewusstsein passen ihre Antworten den vermuteten Antworterwartungen des Interviewers an („soziale Erwünschtheit“). In solchen Fällen werden typischerweise indirekte Fragen eingesetzt.

Schlechtes Beispiel: „Essen Sie bei McDonald's?“ (abhängig von der Persönlichkeit des Interviewers)

Gutes Beispiel: „Warum, glauben Sie, ist McDonald's so erfolgreich?“

§ 12 Demografische Fragen werden am Schluss gestellt.

Der Befragte teilt ungern Informationen zu seiner Person mit, solange er den Fragebogen nicht kennt. Werden demografische Fragen zu Beginn eines Interviews gestellt, so kann das zum Abbruch des Interviews oder zur bewusst unwahren Beantwortung von Fragen führen.