

716408 | Sozialwiss. Methoden – How 2 do Things with Numbers

Primärdatengewinnung 3: Befragung

Die Primärerhebung quantitativer Daten

■ 3 zentrale Methoden:

» Beobachtung

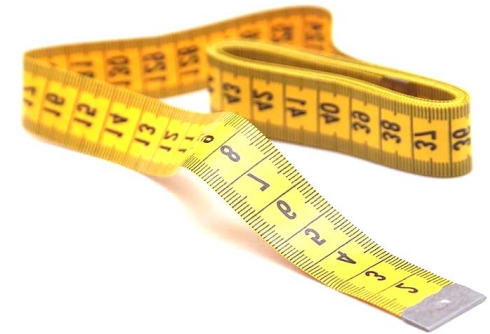
systematisches Beobachten & quant.
Registrieren „relevanter“ Sachverhalte

» Nonreaktive Verfahren

quant. Erfassen einzelner Merkmale von
Interesse in Texten, Bildern & Videos

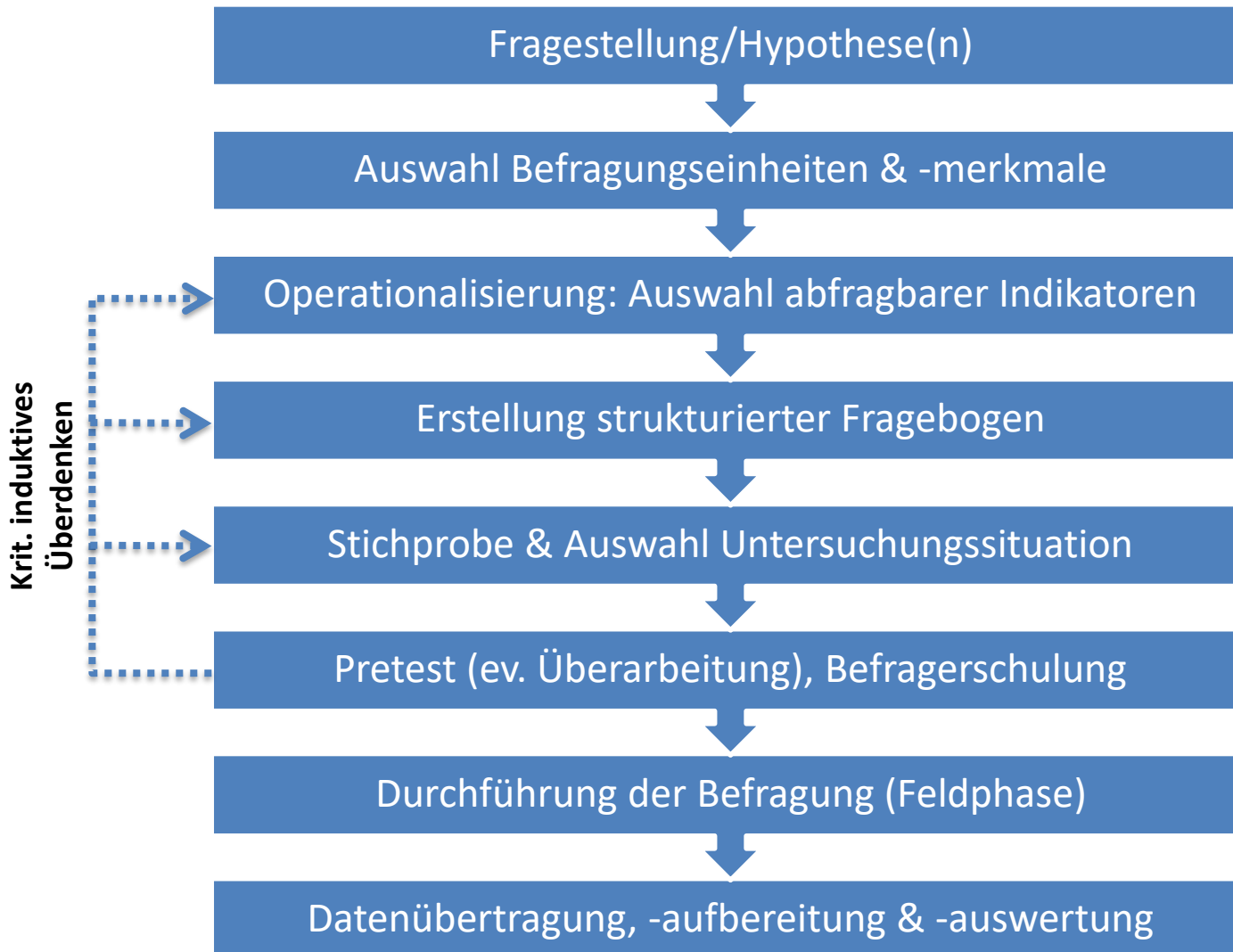
» Befragen

systematisch gesteuerte Kommunikation
zwischen Personen; basierend auf
standardisierten Fragen- & Antwortenkatalog



- = ein Klassiker in der sozialwiss. Datenerhebung
 - » Erhebung von Fakten, Meinungen, Wissen, Einstellungen & Bewertungen
 - systematisch gesteuerte Kommunikation zwischen Personen
- Befragung ist aber nicht gleich Befragung:
 - » Form der Befragung:
 - Mündlich persönlich – schriftlich – telefonisch – online
 - » Nach dem Grad der Standardisierung:
 - Voll-, teil- & nicht standardisierte Befragung
 - » Nach der Art der gestellten Fragen:
 - Geschlossene, teiloffene & offene Fragen

Planung einer standardisierten Befragung



Fragestellung & Auswahl Befragungseinheiten

■ Fragestellung bzw. Hypothese

- » Einstellungen Innsbrucker Bürger gegenüber der EM 2008
- » Je geringer die räumliche Distanz zwischen Naturereignis & Rezipient, desto intensiver wird das Ereignis wahrgenommen.

■ Auswahl Befragungseinheiten & -merkmale:

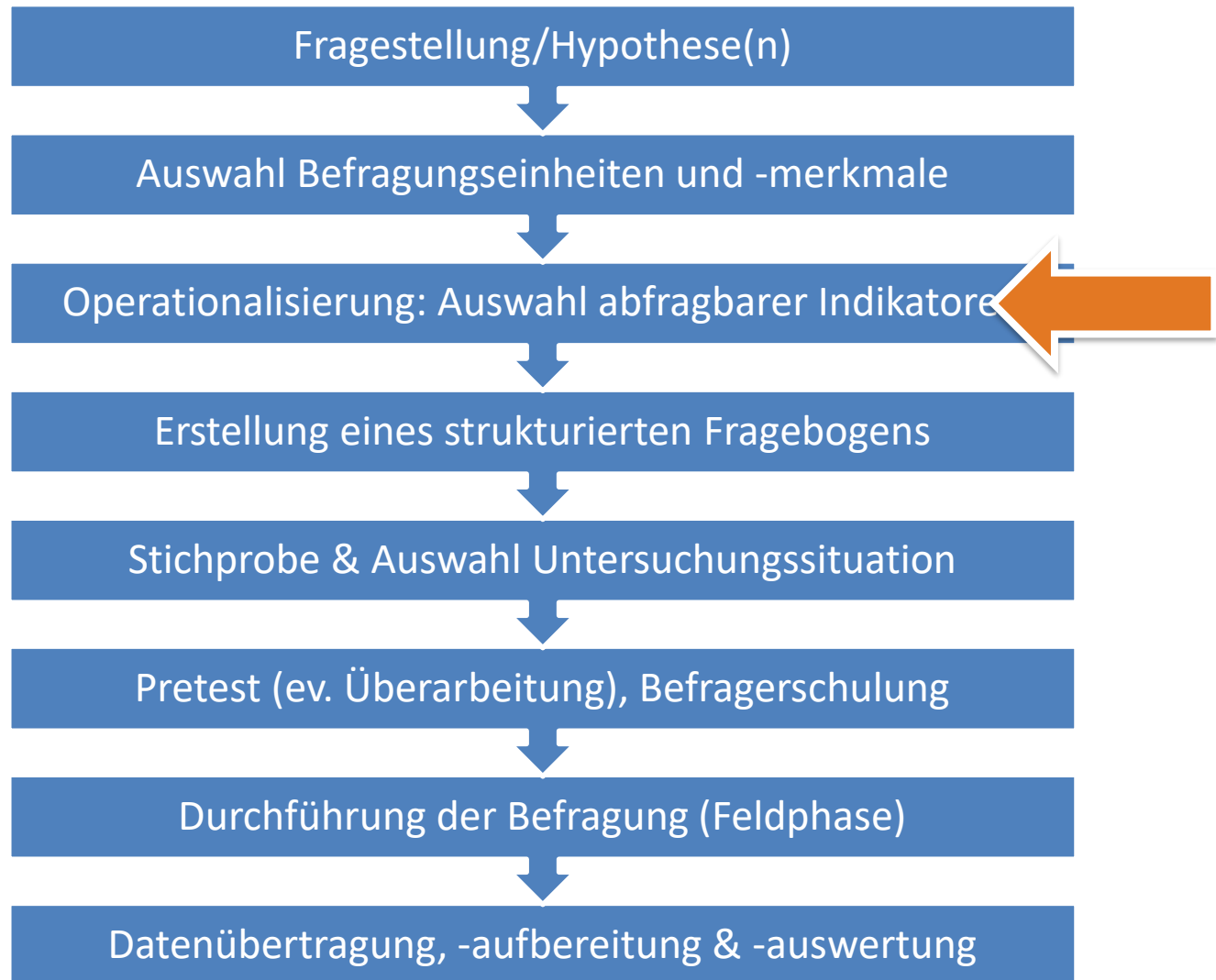
- » **Wer** soll befragt werden?
 - z.B. Anwohner, Passanten, Bürger etc.
- » **Welches Wissen, Einstellungen & Bewertungen** sollen dabei abgefragt werden?
 - z.B. Urlaubsbudget, Wahrnehmung von Aktivitäten der Stadt, Einstellung gegenüber „Nachhaltiger Entwicklung“ etc.



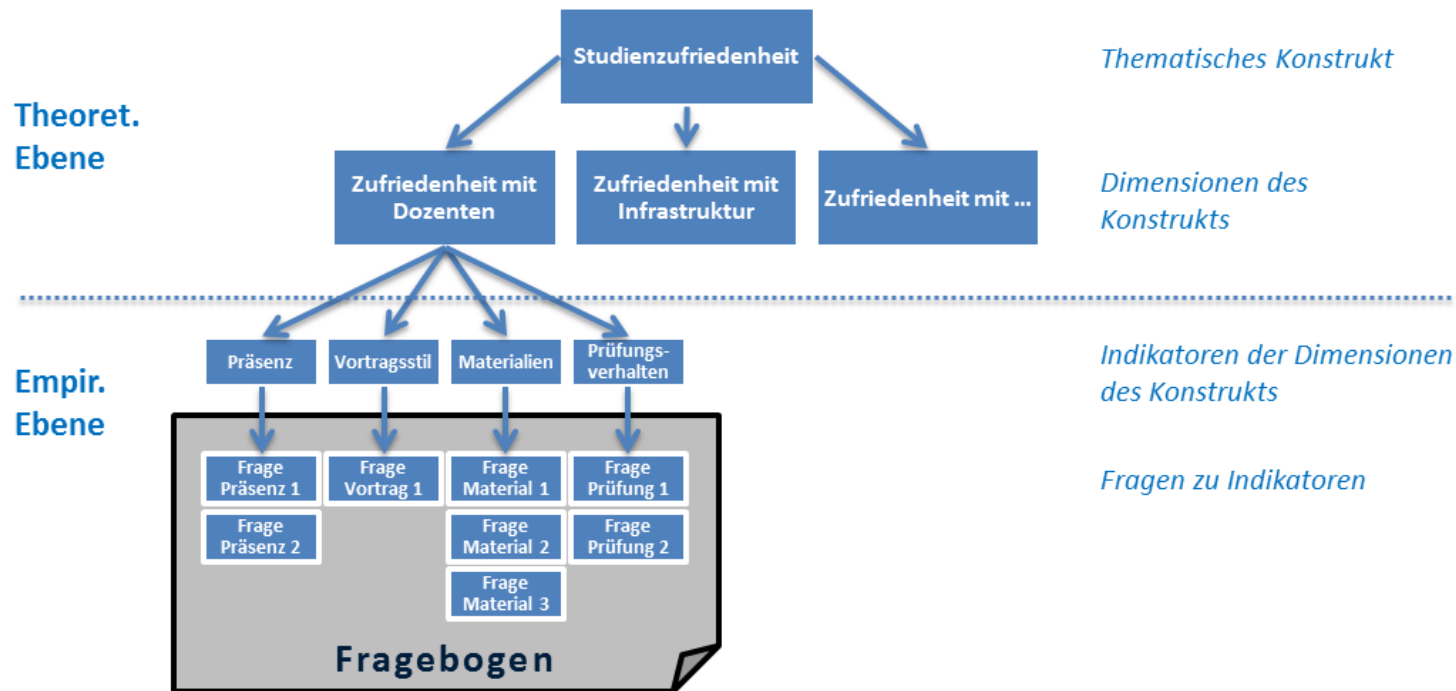
Welches Wissen kann abgefragt werden?

Fragekategorie	Beschreibung	Beispiel
Faklfragen	Fragen nach Fakten, meist nach personalen und demografischen Eigenschaften	Wie alt sind Sie?
Wissensfragen	Fragen zum Kenntnis- und Wissensstand des Befragten	Wie heißt die Hauptstadt der Ukraine?
Handlungs-/Verhaltensfragen	Fragen, die sich auf Handlungen und Verhalten von Befragten beziehen	Wo waren Sie bei Ihrem letzten Wochenendausflug?
Einstellungs-/Meinungsfragen	Fragen, die sich auf die Wünschbarkeit oder die Beurteilung von Statements beziehen	Stimmen Sie der folgenden Aussage eher zu oder lehnen Sie die folgende Aussage eher ab: „Das Geographiestudium ist praxisnah.“
Überzeugungsfragen	Fragen danach, was Befragte für wahr oder falsch halten	Ist die folgende Aussage richtig oder falsch? „Menschen, die täglich Zeitung lesen, sind gebildeter als solche, die selten Zeitung lesen.“
Planungsbezogene Fragen	Fragen nach Vorschlägen, Ideen	Wie könnte Ihr Wohnumfeld verbessert werden?

Planung einer Befragung



Die Operationalisierung



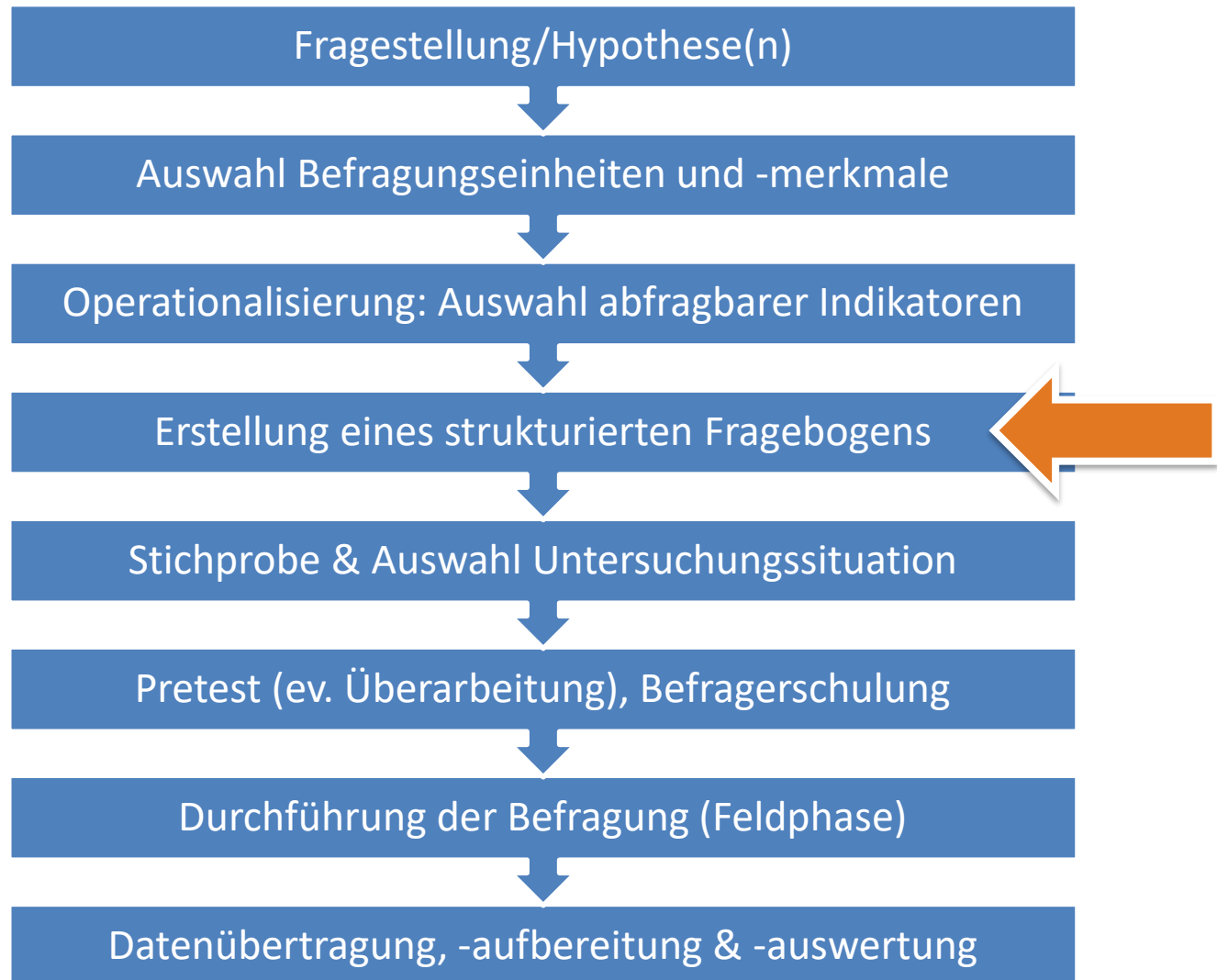
Operationalisierung – Auswahl abfragbarer Indikatoren:

Mit **welchen Fragen** sollen das Wissen, Einstellungen & Bewertungen „von Interesse“ abgefragt werden?

» **Indikator** „Urlaubsausgaben“

→ **Frage:** Wie viel Geld haben Sie für Ihren letzten Urlaub ausgegeben?

Planung einer Befragung



Offenheit von Fragen I

■ Offene Fragen:

Antworten „in eigenen Worten“

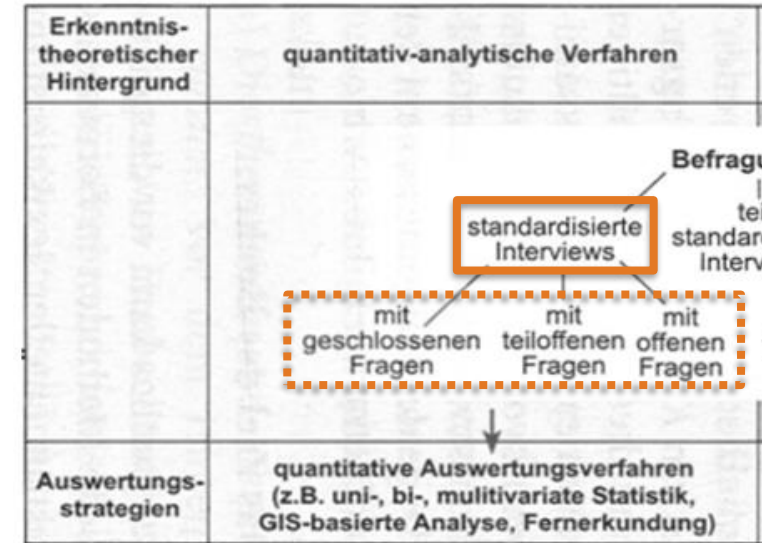
möglich → erinnern

- » Sinnvoll: Antwortmöglichkeiten nicht vollständig bekannt; spontane Antworten

■ Geschlossene Fragen:

Entscheidung zwischen vorgegebenen **Antwortalternativen**

- » Sinnvoll: Vergleichbarkeit von Antworten
- » Zeit- & Kostenersparnis; Formulierungsschwächen bei Befragten; Überforderung der Befrager beim Protokollieren



Offenheit von Fragen II

▪ Offene Frage:

Was gefällt Ihnen besonders an der Neugestaltung des Südtirolerplatzes?

▪ Geschlossene Frage:

Soll die Stadt Innsbruck ein Programm zur Klimaanpassung erarbeiten?

Ja

Nein

Kategorien bei geschlossenen Fragen

▪ Anforderungen an Antwortkategorien:

» **Ausschließlichkeit** der Kategorien (→ Mehrfachnennungen)

» **Vollständigkeit** der Kategorien

„Restkategorie“ → Teiloffene- bzw. Hybridfragen (Mehraufwand in Auswertung)

Welche Naturgefahren erfordern aus Ihrer Sicht Handlungen der örtlichen Raumplanung?

Lawinen

Hochwasser

Sonstige: _____

» **Konkretisierung** der Kategorien

– Kategorien müssen durch den Befragten beobachtbaren Sachverhalten zugeordnet werden können

» **Begrenzung der Anzahl** der Kategorien

– 5 bis 7 Kategorien

Messen & Skalieren von Antworten

Skala = Hilfsmittel zur Überführung empir. in numerische Sachverhalte

- **Messung von Häufigkeiten:**

nie – selten – gelegentlich – häufig – immer

- **Messung von Intensitäten:**

gar nicht – wenig – mittelmäßig – überwiegend – völlig

- **Messung von Wahrscheinlichkeiten:**

keinesfalls – wahrsch. nicht – vielleicht – ziemlich wahrsch. – ganz sicher

- **Messung von Zustimmung („Likert-Skala“):**

stimme stark zu – stimme zu – neutral – lehne eher ab – lehne ab



Messen & Skalieren von Antworten

Skala = Hilfsmittel zur Überführung empir. in numerische Sachverhalte

- **Messung von Häufigkeiten:**

nie – selten – gelegentlich – häufig – immer

0 +1 +2 +3 +4

- **Messung von Intensitäten:**

gar nicht – wenig – mittelmäßig – überwiegend – völlig

0 +1 +2 +3 +4

- **Messung von Wahrscheinlichkeiten:**

keinesfalls – wahrsch. nicht – vielleicht – ziemlich wahrsch. – ganz sicher

0 +1 +2 +3 +4

- **Messung von Zustimmung („Likert-Skala“):**

stimme stark zu – stimme zu – neutral – lehne eher ab – lehne ab

+2 +1 0 +1 +2



Messen & Skalieren von Antworten

Skala = Hilfsmittel zur Überführung empir. in numerische Sachverhalte

▪ **Messung von Häufigkeiten:**

nie – selten – gelegentlich – häufig – immer

0 +1 +2 +3 +4

▪ **Messung von Intensitäten:**

gar nicht – wenig – mittelmäßig – überwiegend

0 +1 +2 +3

▪ **Messung von Wahrscheinlichkeiten:**

keinesfalls – wahrsch. nicht – vielleicht – ziemlich wahrsch. – ganz sicher

0 +1 +2 +3 +4

▪ **Messung von Zustimmung („Likert-Skala“):**

stimme stark zu – stimme zu – neutral – lehne eher ab – lehne ab

+2 +1 0 +1 +2

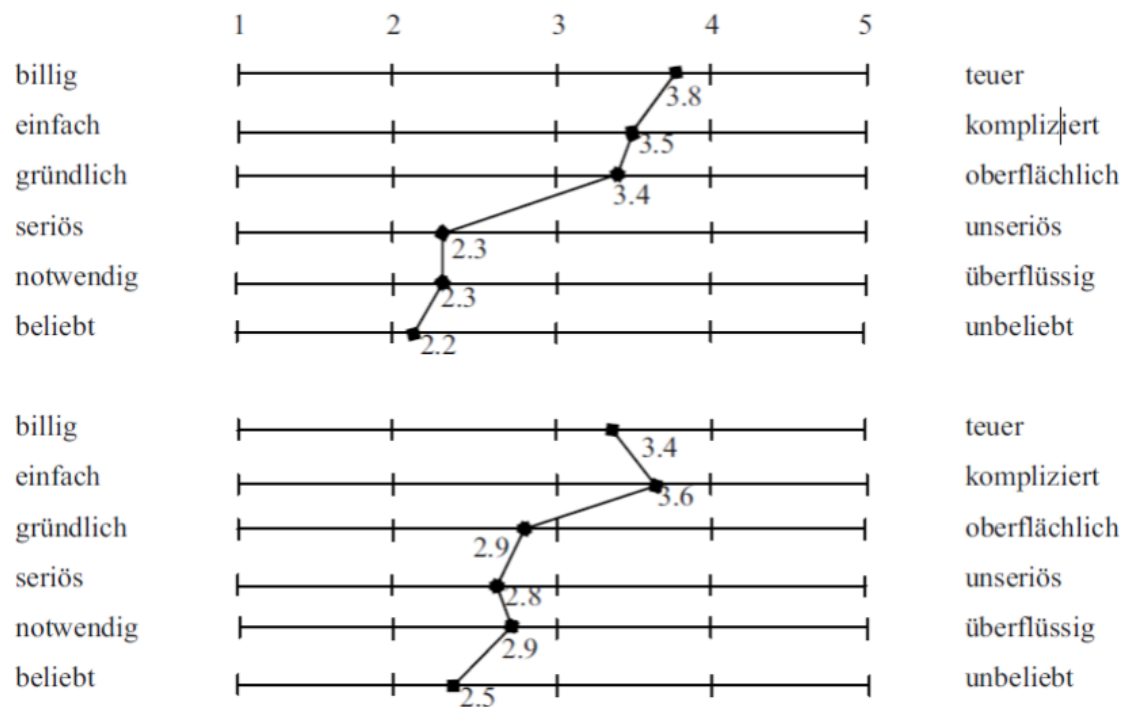


trifft voll und ganz zu	trifft überwiegend zu	trifft gerade noch zu	trifft eher nicht zu	trifft überwiegend nicht zu	trifft überhaupt nicht zu
-------------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------------	---------------------------

+3 +2 +1 -1 -2 -3

Messen & Skalieren: Semantisches Differential

Charakterisierung eines Gegenstands anhand eines Sets von Eigenschaftspaaren
→ Vergleich zwischen bewerteten Gegenständen



Wissenschaftlichen (oben) & Umfragen der Marktforschung zugeschriebenen Eigenschaften

Messen & Skalieren: Fotoerkennungsges- & -assoziationstests

- Benennung
„unbenennbarer“ Objekte
- Bewertung v.
Visualisierungen
(fiktionaler Zustände)

Bild A



Bild B



Bild C



Bild D



Messen & Skalieren: Fotoerkennungs- & -assoziationstests

- Benennung „unbenennbarer“ Objekte
- Bewertung v. Visualisierungen (fiktionaler Zustände)

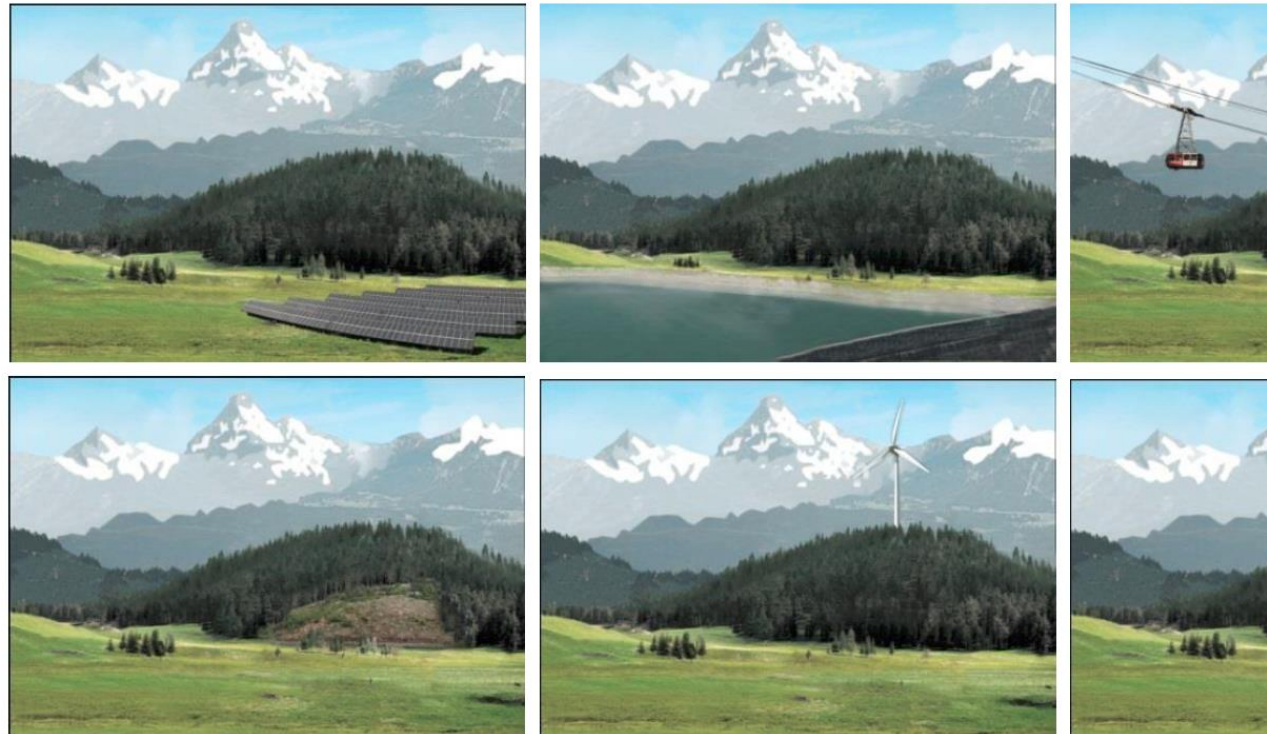


Abbildung 6: Visualisierter Eingriff durch technische Landschaftselemente im Alpenraum (Quelle: Palma 2015)

Die Frageformulierung

- Formulierung = zentral für das Gelingen einer Befragung
→ „garbage in, garbage out“

Ergebnisse eines Experiments zu den Konsequenzen einer Variation in der Frageformulierung (vergleiche Rugg 1941)

<i>Variante A</i>	Glauben Sie, dass die USA öffentliches Reden gegen die Demokratie erlauben sollte?
Ergebnis	21 Prozent plädieren für „erlauben“ 61 Prozent sind dagegen und der Rest ist unentschieden.
<i>Variante B</i>	Glauben Sie, dass die USA öffentliches Reden gegen die Demokratie verbieten sollte?
Ergebnis	39 Prozent plädieren jetzt für das Nicht-Verbieten (erlauben) und 46 Prozent sind für das Verbieten.

- **Einfache Formulierungen:**

Keine Fachausdrücke, keine doppelten Verneinungen etc.

„Ich gehe nicht gern allein spazieren“

Fragen **konkret & direkt** stellen: *„die Verkehrssituation“*

- Möglichst **kurze Formulierungen** verwenden

- **Suggestivfragen** vermeiden: *„Meinen Sie nicht auch ...“*

- Vorsicht* bei emotional **„vorbelasteten“** Begriffen

- Verzicht auf **hypothetische Fragen**: *„Angenommen Sie hätten ...“*

- Fragen sollen den Befragten **nicht überfordern** (z.B. Prozentsätze)

- Fragen immer **eindimensional** stellen:

„Sind sie für oder gegen den Ausbau von XY zur Verbesserung der Verkehrssituation?“

- Fragen sollten **formal balanciert** sein und Hinweise auf + & - Antwortmöglichkeiten enthalten
- Fragen zu Entfernungen, Häufigkeiten etc.
→ Antwortkategorien mit **Einheitsangaben**

„Wie häufig lesen Sie eine Tageszeitung?“

- Anzahl der Antwortkategorien = **„überschaubar“**
» 5 bis 7 Kategorien



Die Fragebogengestaltung I

Spannungsbogen erschaffen

▪ Einleitung:

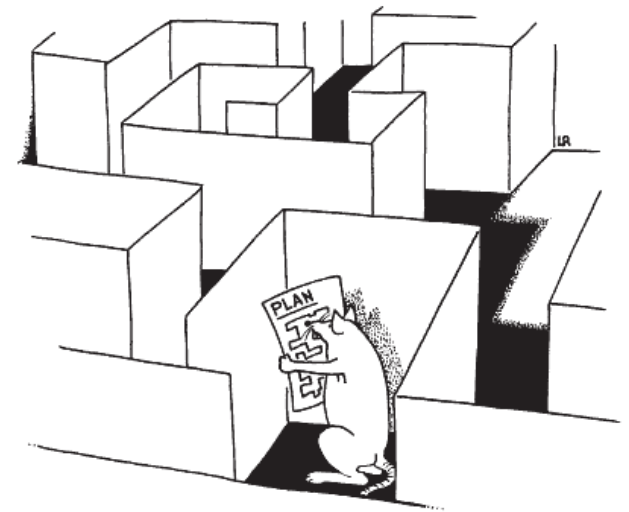
- » Nutzen & Zweck der Befragung deutlich machen
- » Gesprächs- & Teilnahmebereitschaft anregen

▪ Eisbrecher-Fragen: einfache Fragen zur Einleitung

- » Leicht zu beantworten & Interesse wecken
- » Keine Abfrage demografischer Merkmale

▪ Hauptteil: inhaltliche Kernfragen

- » Schwierige bzw. monotone Fragen(blöcke)
- » Trichterung: Vom Allgemeinen ins Spezielle



Die Fragebogengestaltung II

▪ Fortsetzung Hauptteil:

» Ausstrahlungs- (Halo-)Effekt:

Beantwortung von Fragen

kann nachfolgende Fragen beeinflussen

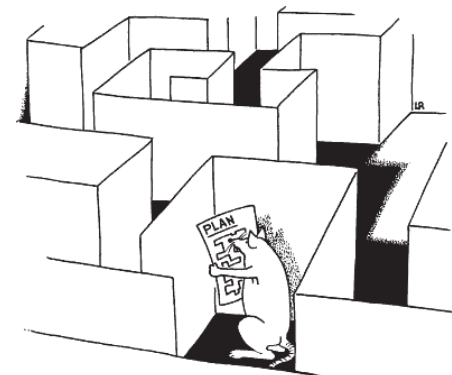
– Pufferfragen: auf anderen themat. Zusammenhang gerichtet

» Filterfragen: Steuerung des Befragungsverlaufs → übersichtl. Design

47	Manche Leute sagen, dass es bei uns heute schon mehr als genug Sozialleistungen gibt und dass man sie in Zukunft einschränken sollte. Andere Leute meinen, dass wir das gegenwärtige System der sozialen Sicherung beibehalten und wenn nötig erweitern sollten. Haben Sie sich zu diesem Problem eine Meinung gebildet?	Weiter mit ↓
	Ja <input type="checkbox"/>	48
	Nein <input type="checkbox"/>	49

» Überleitungstexte zwischen Fragenblöcken

» Mündliche Befragung: „Jetzt kommen wir gleich zum Schluss“



Die Fragebogengestaltung III

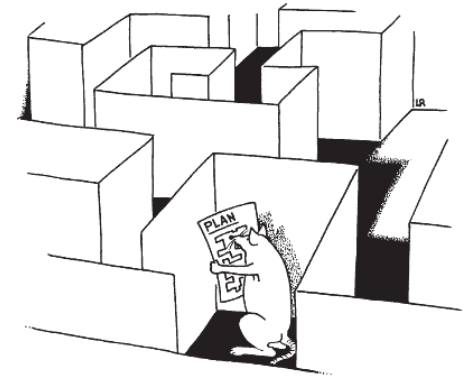
■ **Abschluss:** Informationen zum Befragten selbst

» Schulbildung, Einkommen, Alter, PLZ etc.

→ Risiko Antwortverweigerung

» **Abschlussformulierung & Bedanken**

- Mündliche Befragung:
ev. Abschiedsfrage:
weiterführendes Gespräch
(→ Protokollierung)
- Ev. Hinweis auf die Publikation
von Ergebnissen



Intervieweranweisungen:

von mäßig-motiviertem Erhebungspersonal ausgehen ;-)

▪ Verhalten:

» Einleitungstext vorlesen, auf Antwort warten

▪ Präsentation der Frage:

» Alternativen vorlesen oder herzeigen

▪ Umgang mit Zusatzmaterial:

» Fotos vorlegen etc.

▪ Protokollierung:

» Ablehnung, Abkürzungen, Reihenfolge der Antworten, Zusatzinformationen zur Situation & Person etc.



Länge und Dauer:

- Abh. vom **Befragungsthema & -situation**

- » Passantenbefragung: deutlich* unter 15 Minuten

- » Haushaltsbefragung: bis zu 30 Minuten

- **Abwägung** bei der Gestaltung des Fragebogens wichtig:

- » Kürze vs. Abdeckung der Forschungsfragen

- » Konzentration nimmt im Laufe der Beantwortung (auf beiden Seiten) ab

- **Dauer ≠ messbare Minuten sondern „gefühlte“ Minuten**

- » „Unterhaltungswert“ & Gesprächscharakter des Fragebogens verkürzen die „gefühlte“ Zeit



Ein „klassisches“ Beispiel



http://www.uibk.ac.at/geographie/shop/inngео/pdf/inngео13_euro08.pdf

SG 004

STADT INNSBRUCK

IGF

Tiroler Woche

LIEBE BEWOHNERIN, LIEBER BEWOHNER TIROLS!!!

Die EURO 08 im vergangenen Juni war ein einzigartiges Sportereignis in Tirol. Inwieweit hat diese Großveranstaltung Innsbruck und Umgebung langfristig verändert? Das will die Universität Innsbruck zusammen mit der Akademie der Wissenschaften (IGF), der Stadt und der Tiroler Woche herausfinden.

Im Folgenden finden Sie einen Fragebogen, abgestimmt auf Sie, die Bewohner Innsbrucks und Umgebung. Hier folgt nun unsere Bitte: Bitte gehen Sie die folgenden Fragen durch und kreuzen Sie die auf Sie passende Antwort an. Senden Sie den von Ihnen ausgefüllten Fragebogen bitte bis zum 7.11.2008 an folgende Adresse:
 Institut für Geographie der Universität Innsbruck, Prof. Borsdorf/ Prof. Steinicke, Innrain 52, 6020 Innsbruck, Fax 0512-507-2895
 oder füllen Sie den Bogen im Internet aus: <http://www.uibk.ac.at/igf/euro08.html>
...UND GEWINNEN SIE UNTER ALLEN EINSENDERN EINEN DER WERTVOLLEN PREISE – VIELLEICHT DEN FLACHBILDFERNSEHER!

1. Sind Sie als Bewohner stolz darauf, Gastgeber der EURO 08 gewesen zu sein? (1: sehr; 4: gar nicht)

1 2 3 4

2. Sind Sie der Meinung, dass Tirol insgesamt langfristig von Sportgroßveranstaltungen wie der EURO 08 profitiert?

Ja Nein Keine Angabe

3. Uns interessiert nun Ihre Einschätzung dieser langfristigen Auswirkungen. Bitte geben Sie uns den Grad Ihrer Zustimmung zu folgenden Aussagen an! Verwenden Sie dabei die Schulnoten 1 – 4. (1: stimme sehr zu; 4: stimme gar nicht zu)

- > Langfristig profitiert der Tourismus
1 2 3 4
- > Die EURO 08 war ein Beitrag, die Umwelt intakt zu halten
1 2 3 4
- > Sie hat den Zusammenhalt der Tiroler gestärkt
1 2 3 4
- > Sie hat Chancen für neue Gewerbe und Arbeitsplätze eröffnet
1 2 3 4
- > Die EURO 08 brachte mehr ein als sie gekostet hat
1 2 3 4
- > Das Geld für die EURO 08 wurde beim Sozialbudget gespart
1 2 3 4
- > Die EURO 08 kostete eine Menge, aber das war sie mir wert
1 2 3 4

4. Die EURO 08 hat große finanzielle Mittel benötigt. Allerdings flossen auch neue Gelder in die Region. Wie schätzen Sie die Richtigkeit der folgenden Aussagen ein? (1: sehr richtig, 4: ganz falsch)

- ...ist eine Weltstadt
- ...ist die Alpenstadt
- ...ist für mich eine SOZIAL ARMSELTIGE Stadt
- ...ist eine Sportstadt
- ...ist eine Kulturstadt

5. Wenn Sie nach dem Bild gefragt werden, das Innsbruck nach außen vermittelt, wie antworten Sie? (nur eine Aussage möglich)

6. Denken Sie, dass wegen der EURO 08 nun mehr Menschen in Tirol Sport treiben?

Ja Nein Keine Angabe

7. Im Zuge der EURO 08 wurden die Sicherheitsmaßnahmen (wie Videoüberwachung) verstärkt. Wie schätzen Sie die Richtigkeit der folgenden Aussagen ein? (1: stimme sehr zu; 4: stimme gar nicht zu)

1 2 3 4

Mündliche Befragungen

▪ Interview:

- » Kostenintensiv
- » Face to Face Kontakt → höhere Verweigerungsraten
- » Kurze Befragungen
- » Passanteninterviews: Auswahl der Befragungslokation & -zeitraum
- » Haushaltsbefragung: Adresslisten & „Schwedenschlüssel“

▪ Telefonisch:

- » Schnell & preiswert
- » Anonymer → geringere Verweigerungsraten
- » Kurze Befragungen
- » Möglichkeit neue Termine zur Befragung zu vereinbaren
- » Probleme mit Datenschutz → unaufgeforderte Kontaktaufnahme

Exkurs: Schwedenschlüssel

- Annahme: Maximale Haushaltsgröße
- Zufallszahl je Größenklasse
- Anzahl und Alter der zur Grundgesamtheit zählenden Personen in Haushalt (= „Haushaltsgröße“)
- Personen nach Alter aufsteigend reihen
- Aus Schwedenschlüssel: n-te Person (→ „Auszuwählende Person“) befragen

Haushaltsgröße	1	2	3	4	5	6	7	8
Auszuwählende Person	1	1	2	4	2	3	7	4

Schriftliche Befragungen

▪ Die „Old School“: Postalische Befragungen

» Vorankündigung der Befragung

- Kooperation mit Wohnbauträger, Lokalzeitung, Quartiersmanagement etc.
- Frankiertes Antwortkuvert

» Höhere Ausfallsquoten

» Geringerer Zeitaufwand in der Erhebung

» Qualität des Fragebogens entscheidend

→ keine Nachfragen möglich

- Steigerung der Rücklaufquote: Erinnerungsschreiben bzw. –anrufe, Aushänge etc
→ Zeitplanung für Erinnerungen & Kriterien zum Ende der Befragung

» **Unkontrollierte Erhebungssituation → Wer füllt den Bogen wirklich aus?**

Alternativ: Online Fragebögen

oFb
onlineFragebogen

0% ausgefüllt

1. Welchem Forscher-Typ würden Sie sich zuordnen?

Absolvent mit empirischer Arbeit

Hobby-Sozialforscher

Konsumentenquäler

Sonstiges:

2. Stellen Sie sich vor, Sie möchten eine Online-Befragung durchführen. Inwieweit können Sie den folgenden Aussagen zustimmen?

Bitte bewerten Sie jede Aussage von *gar nicht* bis *voll und ganz*

Generell würde ich jetzt lieber im Englischen Garten sitzen. gar nicht voll und ganz ich weiß nicht

Ich mag Befragungen lieber als Schokoladeneis. ○ ○ ○ ○ ○ | ○

○ ○ ○ ○ ○ | ○

Weiter

Es wurde noch kein Impressum eingetragen

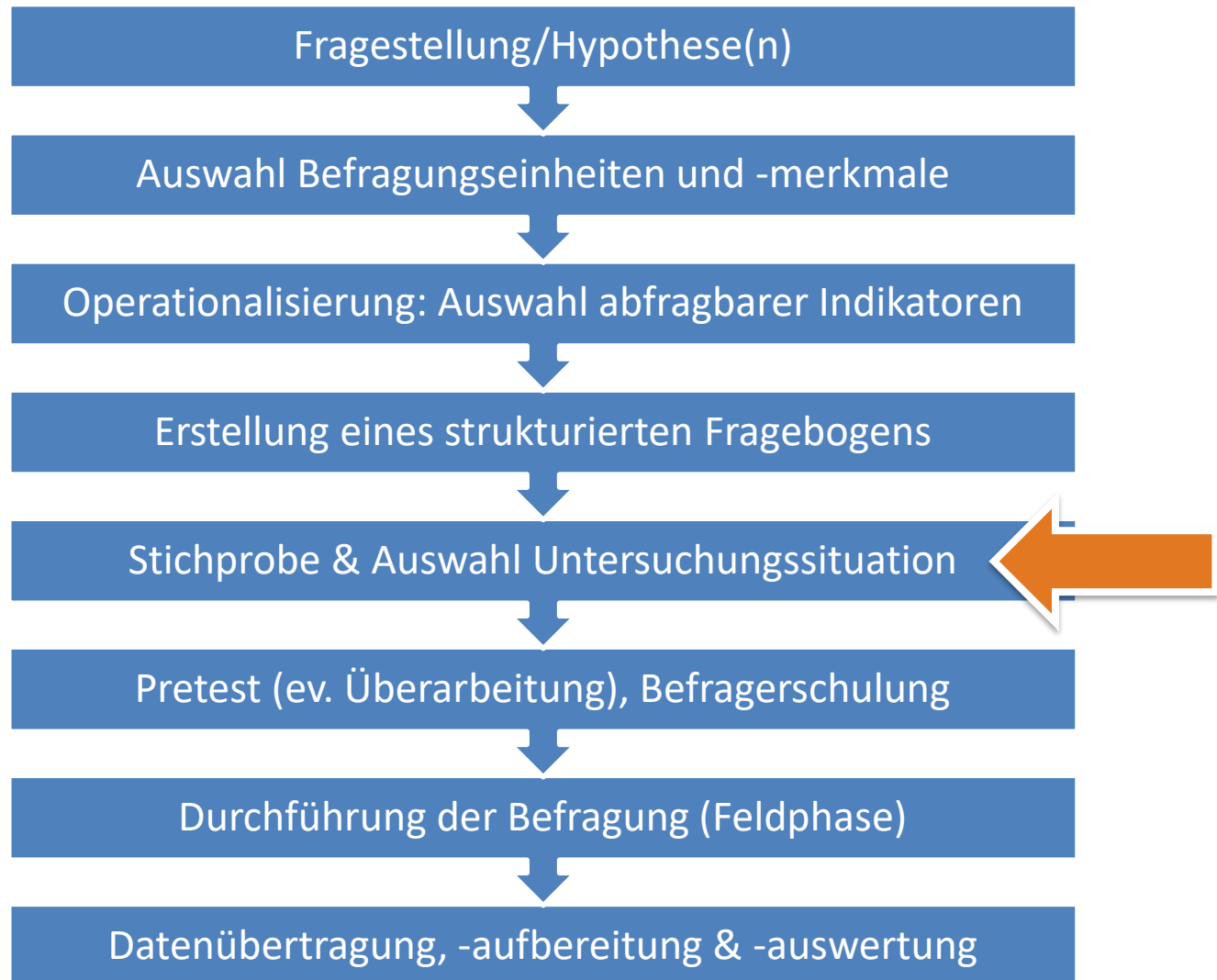
■ Vorteile:

- » Diverse Netzdienste
- » Vollerhebungen von „Netzcommunities“ möglich
- » Großes n möglich
- » Geringe Kosten
- » Datenerfassung digital

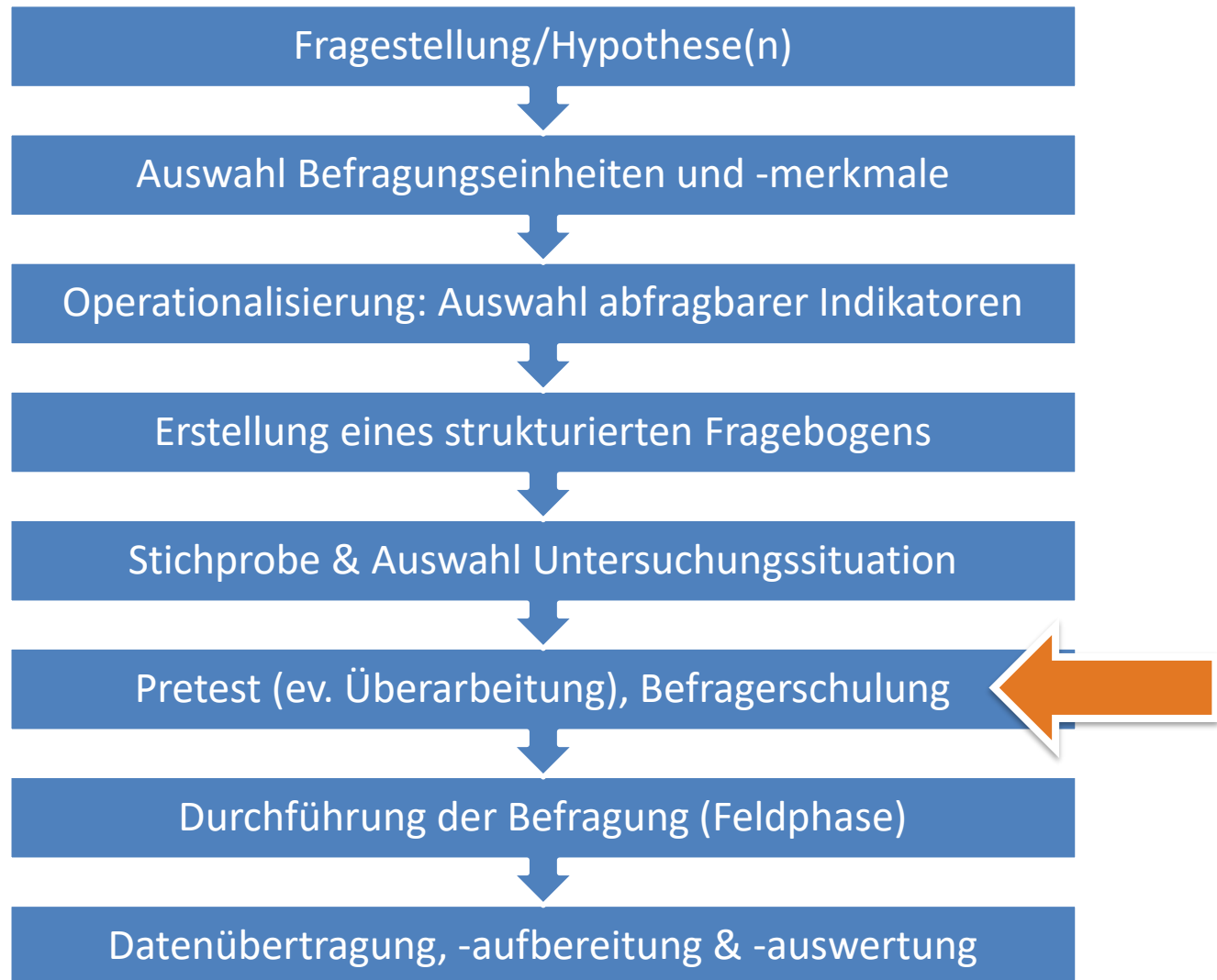
■ Nachteile:

- » Datenschutz bei Maillisten
- » Selektivität
- » Übersättigung

Planung einer Befragung



Planung einer Befragung



Vgl. Einheit „Beobachten: Zählen & Kartieren“

▪ Anforderungen an Interviewer:

- » Kontaktfähig & sympathisch
 - Entscheidend für die Bereitschaft zur Befragung
- » Ehrlich & zuverlässig (→ Fragebogenfälschung)

▪ Schulung der Interviewer:

- » Ziele der Erhebung
- » Aufbau des Fragebogens (→ Filterfragen)
- » Verständlichkeit der Intervieweranweisungen
- » Zu erfüllende Quoten bzw. Mengen

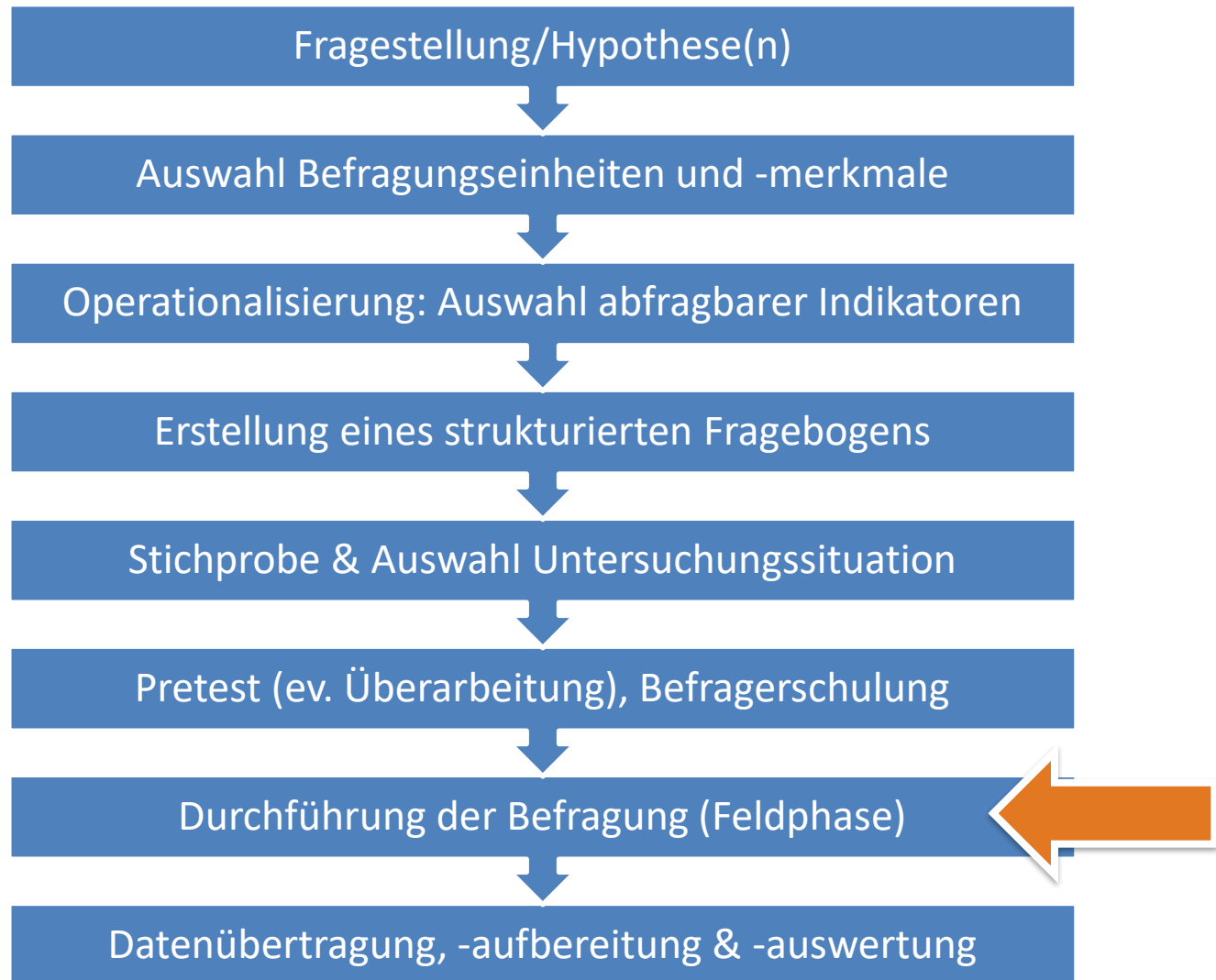


Überprüfung der Güte des Erhebungsinstruments:

- Möglichst Realbedingungen
(→ Interviewer-Training)
 - Ermittlung durchschn. **Befragungsdauer**
 - Überprüfung der **Antwortkategorien**
 - Probleme mit **Formulierungen**
 - Erzeugen Fragen **differenzierte Antworten**
 - **Flüssigkeit** der Handhabung
 - Prüfung der Reihenfolge der Fragen (→ **Ausstrahlungseffekte**)
- **Diskussion der Erkenntnisse**



Planung einer Befragung

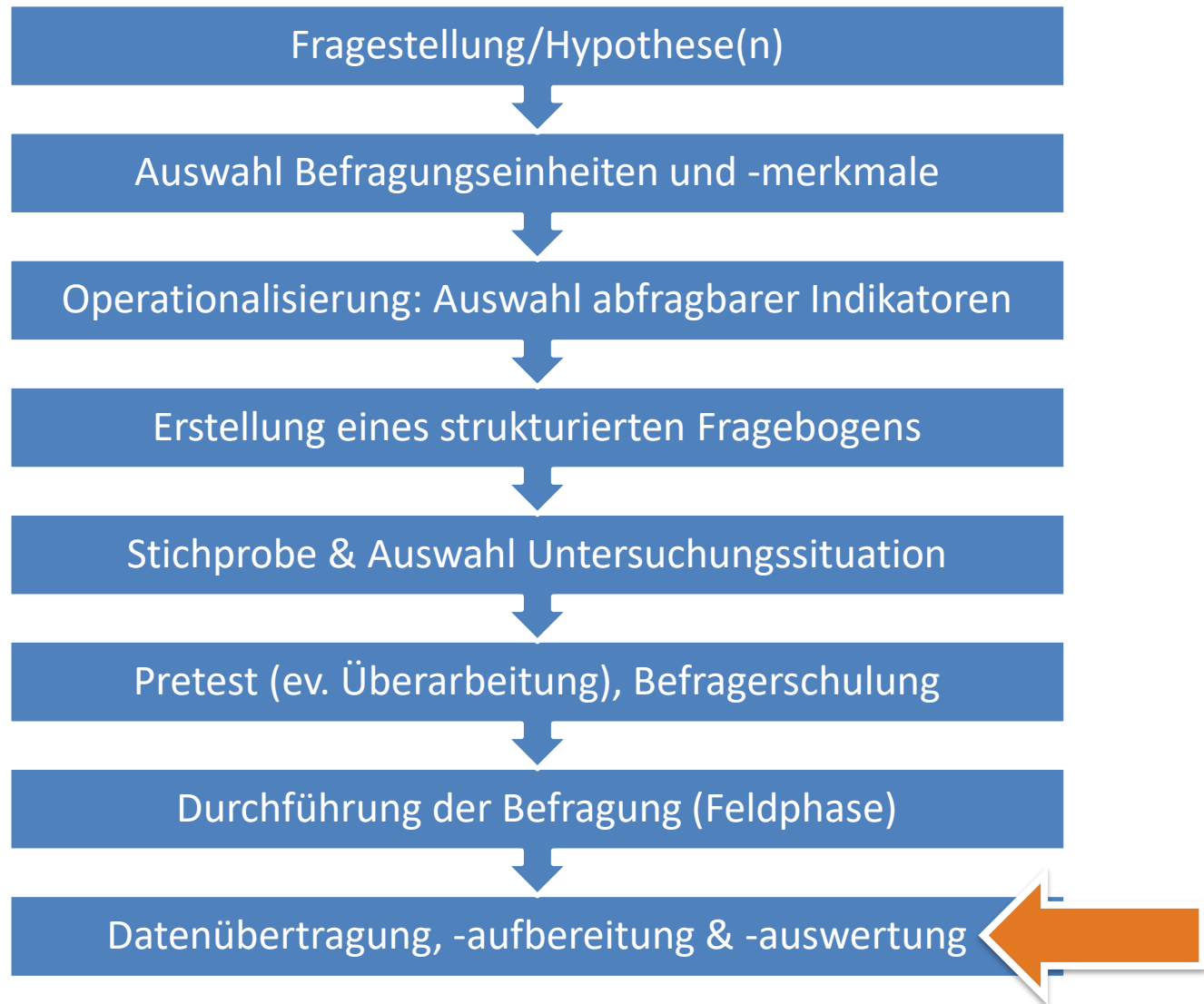


Die Durchführung der Befragung

- **v.a. bei mündlichen Befragungen: auf Gegenüber einstellen**
 - » Keine überbetonte Sachlichkeit & Herzlichkeit
- **Achten auf mögliche Antwortverzerrungen:**

Soziale Erwünschtheit der Antworten	Die Abgabe sozial erwünschter Antworten
Response-Set	Systematische Antwortmuster, die unabhängig vom Inhalt der Fragen zustande kommen (z.B. Bevorzugung der Mittelkategorie); „Ja-Sage-Tendenz“ (Akquieszenz)
Meinungslosigkeit	Die Abgabe einer „Weiß-nicht“-Antwort z.B. bei unangenehmen, tabuisierten Themen
Non-Response	Antwortverweigerung zu einer Frage oder zum gesamten Fragebogen
Non-Attitudes	Die Abgabe einer Antwort, obwohl keine Meinung zum erfragten Gegenstand ausgebildet ist

Planung einer Befragung



Ausblick: Die Datenaufbereitung

Schritte der Datenaufbereitung, -auswertung und -verwendung für die quantitative Forschung	Beispiel/Erläuterung
1. Kodierung	Bestimmung von Variablen und Zuweisung von Werten entsprechend der möglichen Ausprägungen
2. Datenübertragung	Übertragung von der schriftlichen Form in eine maschinenlesbare Form
3. Fehlerkontrolle, Fehlerbereinigung, Kennzeichnung fehlerhafter und fehlender Angaben (<i>missing values</i>)	Prüfen, ob falsche („unmögliche“) Werte eingetragen wurden. Bei fehlenden Werten wird der Fall meist bei weiteren Analysen ausgeschlossen
4. Umformung der Variablen (Rekodierung), Neubildung von Variablen, Indizes und Skalen (Variablentransformation)	Zum Beispiel: Zusammenfassen von mehreren Kategorien zu einer Kategorie; Aufsummierung von Werten mehrerer Variablen zu einem Index; Bildung von Faktoren