

Rolf Porst

Fragebogen

Studienskripten zur Soziologie

Herausgeber:

Prof. Dr. Heinz Sahner,

Dr. Michael Bayer und

Prof. Dr. Reinhold Sackmann

begründet von Prof. Dr. Erwin K. Scheuch †

Die Bände „Studienskripten zur Soziologie“ sind als in sich abgeschlossene Bausteine für das Grund- und Hauptstudium konzipiert. Sie umfassen sowohl Bände zu den Methoden der empirischen Sozialforschung, Darstellung der Grundlagen der Soziologie als auch Arbeiten zu so genannten Bindestrich-Soziologien, in denen verschiedene theoretische Ansätze, die Entwicklung eines Themas und wichtige empirische Studien und Ergebnisse dargestellt und diskutiert werden. Diese Studienskripten sind in erster Linie für Anfangssemester gedacht, sollen aber auch dem Examenskandidaten und dem Praktiker eine rasch zugängliche Informationsquelle sein.

Rolf Porst

Fragebogen

Ein Arbeitsbuch



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

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

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Frank Engelhardt

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



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

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-15178-6

Vorbemerkung

Liebe Leserin, lieber Leser,

das vorliegende Buch ist ein „Praxisbuch“ im wahrsten Sinne des Wortes. Als ich es begonnen habe, konnte ich bei ZUMA¹ auf eine zwanzigjährige Beratungspraxis mit dem Schwerpunkt „Fragebogenberatung“ zurückblicken, in deren Verlauf ich – über den Daumen gepeilt – etwa 2.500 Fragebogen beraten, mitentwickelt oder entwickelt habe. Ob das für Deutschland einzigartig ist, weiß ich nicht, aber eine gewisse Erfahrung im Bereich von Fragebogen kann man mir sicherlich nicht absprechen.

Möglicherweise war diese lange währende Beschäftigung mit Fragebogen auch der Grund, „endlich“ mal zusammenzuschreiben, was mir in all diesen Jahren im Zusammenhang damit wichtig erschienen ist und heute noch wichtig erscheint. Aber ich wollte nicht nur ein weiteres Fragebogen-Buch schreiben und es in die Reihe der – zugegebenermaßen wenigen „echten“ – Fragebogen-Bücher einreihen, sondern ich will mit dem Buch ganz konkreten Personen, die ganz konkrete Fragebogen entwickeln wollen, ganz konkret und im Detail praktische Hilfestellung leisten. Auch aus diesem Grund halten Sie heute ein „Praxisbuch“ in der Hand. Ich will Ihnen helfen, Ihren Fragebogen auf der Basis dessen zu entwickeln, was wir heute zum Thema Fragebogen wissen.

Dabei simuliere ich ganz bewusst eine Art Fragebogenberatung in Buchform, sehr praktisch und so geschrieben, dass die Leserinnen und Leser (oder sagen wir besser die Anwenderinnen und Anwender) wirklich damit arbeiten können, wenn sie einen Fragebogen entwickeln müssen (oder sagen wir lieber: dürfen), mit vielen Beispielen, wie man etwas falsch und wie man es richtig macht.

Mit der Entscheidung zu einer Art Fragebogenberatung in Buchform verbinde ich eine für Lehrbücher etwas ungebräuchliche Vorgehensweise dahinge-

1 Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen in Mannheim, bis März 2007 selbständige Service-Einrichtung für die empirische Sozialforschung unter dem Dach der Gesellschaft sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen (GESIS), seit April 2007 als GESIS-ZUMA übergegangen in die GESIS. Näheres zu GESIS und GESIS-ZUMA finden Sie auf <http://www.gesis.org/> und <http://www.gesis.org/zuma/>

hend, dass ich Sie im Verlaufe des Textes immer wieder konkret ansprechen werde. Nicht: „*verwendet man am besten eine endpunktbenannte 7er-Skala*“ werden Sie lesen, sondern „*verwenden Sie am besten eine endpunktbenannte 7er-Skala*“. Nicht anders spräche ich mit Ihnen, wenn Sie zur Beratung Ihres Fragebogens bei mir vor Ort wären.

Auch wenn ich das Buch alleine geschrieben und demzufolge auch alles zu verantworten habe, was darin steht, möchte ich doch einigen Menschen meinen herzlichen Dank sagen.

Zu Dank verpflichtet bin ich natürlich und in erster Linie all jenen Kolleginnen und Kollegen, die mir im Laufe der letzten 20 Jahre ihre Fragebogenentwürfe zur Bearbeitung vorgelegt haben. Dabei bin ich immer und immer wieder auf Fehler gestoßen (davon finden wir auch welche in diesem Buch), die zu entdecken und zu beheben mich über die Summe weiter gebracht haben als die jeweils konkret Betroffenen selbst. Auch wenn nicht wenige Fragebogenentwürfe, mit denen ich konfrontiert gewesen bin, Reaktionen in mir geweckt haben, die ich besser nicht schriftlich zum Ausdruck bringe – jeder Entwurf, egal wie gut oder schlecht er letztendlich gewesen ist, hat zu einer Erweiterung meines eigenen Wissens zum Thema geführt, und dafür danke ich sehr herzlich.

Zu besonderem Dank verpflichtet bin ich Michael Blohm, Christa von Briel, Dagmar Campen, Carina Leesch, Peter Prüfer, Margrit Rexroth und Christin Sophia Weißgerber (alle GESIS-ZUMA), Simone Braun (Mannheim) und Anke Steffen (Zürich).

Mannheim, im November 2007

Inhalt

Vorbemerkung	5
1. Einleitung	9
2. Kognitionspsychologische und kommunikative Grundlagen der Befragung	17
2.1 Die gestellte Frage verstehen	18
2.2 Informationen aus dem Gedächtnis abrufen.....	23
2.3 Ein Urteil bilden	27
2.4 Das Urteil in ein Antwortformat einpassen	27
2.5 Das Urteil editieren	27
3. Die Titelseite	31
4. Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens	45
5. Arten von Fragen	51
6. Arten von Skalen	69
6.1 Skalenniveaus	69
6.2 Skalen für sozialwissenschaftliche Fragebogen	75
7. Question Wording – Zur Formulierung von Fragebogen-Fragen	95
8. Besondere Fragentypen und Formate	115
8.1 Quantifizierungen.....	115
8.2 Der Einfluss der Vergleichsrichtung beim Vergleich von Objekten	119
8.3 Warum ist Werner Wilken bekannt, aber nicht beliebt? – Fiktive Fragen	121
8.4 Heikle Fragen.....	124
8.5 Der Einfluss des grafischen Formats auf die Daten	129

9. Zur Dramaturgie des Fragebogens	133
9.1 Fragensukzession	133
9.2 Regeln für die Einstiegsfrage	135
9.3 Allgemeine Regeln zur Dramaturgie des Fragebogens	142
10. Interviewer- bzw. Befragtenhinweise	145
11. Filter	151
12. Die „letzte Seite“	157
13. Zum Layout des Fragebogens	165
14. Befragungshilfen	173
15. Ausblick: Plädoyer für systematische Pretests.....	185
Literaturverzeichnis	187
Glossar	191
Personenregister	193
Sachregister	195