

Rainer Schnell

# Survey-Interviews

Methoden standardisierter  
Befragungen

UNIVERSITÄT  
LIECHTENSTEIN

Bibliothek

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort 13

## I Grundlagen standardisierter Befragungen

1	Einleitung	17
1.1	Übersicht	17
1.2	Definitionen	17
1.3	Ablauf einer standardisierten Befragung	19
1.4	Voraussetzungen für die Durchführung einer Befragung	19
1.4.1	Klärung des Projektziels	21
1.4.2	Psychologische und soziale Grenzen von Befragungen	21
1.4.3	Existenz anderer Datenquellen	22
1.4.4	Zeilbedarf standardisierter Befragungen	23
1.4.5	Notwendige finanzielle und personelle Ressourcen	24
1.5	Survey-Design	25
1.6	Zur Debatte um die Standardisierung der Befragung	26
1.7	Gütekriterien für die Durchführung standardisierter Befragungen	28
1.8	Die Bedeutung standardisierter Befragungen in den Somlwissenschaften	28
1.9	Anstieg der Survey-Literatur	30
1.10	Anwendungsmöglichkeiten	33
2	Psychologische Grundlagen	35
2.1	Erster Schritt: Verständnis der Frage	35
2.1.1	Konversationsmaximen als Hilfen zum Verständnis einer Frage	36
2.1.2	Anwortvorgaben als Hilfe bei der Interpretation der Frage	37
2.1.3	Abfolge der Fragen als Hilfe bei der Interpretation der Frage	39
2.2	Zweiter Schrril: Abruf der Information	40
2.2.1	Ursprüngliche Speicherung der Information	40
2.2.2	Fehler bei Retrospektivfragen	43
2.3	Driller Schrift: Beurteilung	49
2.3.1	Befragtenverhalten als rationales Verhalten	50
2.3.2	Satisficing als Spezialfa]] rationalen Handelns	51
2.3.3	Weitere Anwendungen für die Theorie rationaler Handlungswahl	57
2.4	Vierter Schritt: Antwort	57
2.4.1	Sensitive Fragen und sozial wünschbure Antworten	58
2.4.2	Effekte durch die Anwesenheil Dritter	59
2.4.3	Nicht-substanzielle Angaben	59
2.5	Konsequenzen für die Survey-Planung	65

<b>Forschungsdesigns mit Befragungen</b>	<b>67</b>
3.1 Unterschiede zwischen Surveys, Beobachtungsstudien und Experimenten	67
3.2 Die Verwendung von Surveys für Evalueationsstudien	69
3.3 Varianten des Verhältnisses von Surveys zu Experimenten	70
3.3.1 Befragungsexperimente	70
3.3.2 Echte Experimente innerhalb von Surveys	71
3.3.3 Surveys innerhalb von Experimenten	71
3.4 Forschungsdesigns mit standardisierten Befragungen	72
3.4.1 Querschnitts-Studien	72
3.4.2 Trendstudien und replikative Surveys	73
3.4.3 Wiederholte, abhängige Surveys: Panelstudien	74
3.4.4 Vor- und Nachteile von Panelstudien und replikativen Surveys	76
3.4.5 Kombinationen von Panelstudien und replikativen Surveys	77
<b>Kragen</b>	<b>79</b>
4.1 Frage- und Antwortformulierung	79
4.2 Frageformen	81
4.3 Formen von Antwortvorgaben	81
4.3.1 Offene Fragen	81
4.3.2 Probleme bei der Anwendung offener Fragen	84
4.4 Geschlossene Fragen	86
4.4.1 Dichotome Fragen	86
4.4.2 Ungeordnete mehrkategorielle Antwort vorgaben	87
4.4.3 Geordnete mehrkategorielle Antwort vorgaben	88
4.4.4 Magnitude-Skalen als Antwortkontinuum	96
4.5 Hypothetische Fragen	97
4.5.1 Hypothetische Fragen zum Gebrauch von Umweltgütern	99
4.5.2 Rinstellungsmfngen zur Verhaltens vorhör sage	99
4.6 Fragen nach speziellen Inhalten	100
4.6.1 Demographische Fragen	101
4.6.2 Fragedatenbanken	106
4.7 Spezielle Frage Techniken	107
4.7.1 Randomized-Response	107
4.7.2 Vignetten	111
4.7.3 Life-History-Kalender	113
4.7.4 „Dependent Interviewing“	114
<b>Fragebogen</b>	<b>117</b>
5.1 Länge	117
5.2 Anordnung der Frageblöcke	120
5.3 Layout	122
5.3.1 Empfehlungen für die visuelle Gestaltung von Fragebogen	123
5.3.2 Vertikale Anordnung der Antwortmöglichkeiten	125
5.3.3 Fragenbatterien (Matrix-Fragen)	126
5.3.4 Filterführung	127
5.3.5 Lesbarkeit	130

# Inhaltsverzeichnis

5.3.6	Drucktechnische Details	131
5.3.7	Überprüfung des Layouts	133
5.4	Details der Frankierung und des Versands	133
<b>fi</b>	<b>Pretests</b>	<b>135</b>
6.1	Aufgaben von Pretests	135
6.2	Seltenheit ausreichender Pretests	137
6.3	Methoden zur Entwicklung und Überprüfung von Fragen	139
6.3.1	Qualitative Methoden	140
6.3.2	Quantitative Techniken	143
6.4	Praktische Durchführung von Pretests	153
6.5	Pilot-Studien	154
<b>7</b>	<b>Nonresponse</b>	<b>157</b>
7.1	Formen von Ausfällen	157
7.1.1	Verweigerung	157
7.1.2	Erkrankung	160
7.1.3	Nichierreichbarkeit	160
7.2	Ausschopfungsrates	163
7.2.1	Definitionen der Ausschopfungsrates	163
7.2.2	Entwicklung der Ausschöpfungsrates	164
7.3	Ausfälle bei besonderen Zielpopulaaionen und Befragungsformen	164
7.4	Statistische Konsequenzen von Nonresponse	170
7.4.1	Ausschopfungsrates und Bias	170
7.4.2	Klassifikation von Ausfallprozessen	172
7.4.3	Nonresponse und „Repräsentativität“	173
7.4.4	R-Indikaloren	173
7.5	Korrekt urverfahren für Nonresponse	174
7.6	Umgang mit Nonresponse	180
7.6.1	Verbesserung der Feldarbeit	181
7.6.2	Statistische Verfahren und Nonresponse	183
<b>II</b>	<b>Erhebungsmodi</b>	
<b>8</b>	<b>Persönliche Interviews („Face-to-Face“-Befragungen)</b>	<b>187</b>
8.1	Voraussetzungen	187
8.2	Soziale Voraussetzungen	187
8.2.1	Sprache	187
8.2.2	Kulturelle Unterschiede zwischen den Zielgruppen	189
8.2.3	Zugänglichkeit	190
8.2.4	Konsequen/enlosigkeit der Teilnahme	191
8.2.5	Organisationsrahmenbedingungen	192
8.2.6	Arbeitsrechtliche Bedingungen	193
8.2.7	Datenschutzrechtliche Probleme der Datenerhebung	194
8.2.8	Akademische Forschung und kommerzielle <b>Institute</b>	199
8.2.9	Durchführungsvoraussetzungen professioneller Erhebungen	201
8.2.10	Erhebungen im Rahmen von Qualifikationsweiten	204

8.3	Auswahlgrundlagen für persönliche Interviews	204
8.3.1	Einwohnermeldeamt-Daten als Auswahlgrundlage	205
8.3.2	Random-Walk	206
8.4	Interviewer-Effekte	208
8.4.1	Auswirkungen von Interviewer-Effekten	209
8.4.2	Minimierung von Interviewer-Effekten	210
8.5	Interviewer-Rekrutierung	211
8.5.1	Rekrutierungskriterien und Rekrutierungsstrategien	211
8.5.2	Zahl der benötigten Interviewer	212
8.5.3	Exkurs: Interviewereffekte und effektive Stichprobengröße	212
8.6	Interviewer-Training	215
8.6.1	Grundlegendes Training	217
8.6.2	Verweigerungs-Reduktions-Training	223
8.6.3	Bezahlung	226
8.7	Interviewerkontrolle	227
8.7.1	Ausmaß von Interviewfälschungen	229
8.7.2	Verhinderung von Fälschungen	233
8.7.3	Statistische Verfahren zur Entdeckung von Fälschungen	234
8.7.4	Konsequenzen gefälschter Interviews	235
8.7.5	Exkurs: Verzerrungen durch Fälschungen	236
8.8	Interviewer-Verhalten und Datenqualität	238
8.9	Feldkontrolle bei F2F-Surveys	239
8.10	Feldmanagement-Systeme	241
 <b>Postalische Befragungen („Mail-Surveys“)</b>		 <b>243</b>
9.1	Vor- und Nachteile postalischer Befragungen	243
9.1.1	Kosten postalischer Befragungen	244
9.1.2	Möglichkeiten der Nutzung von Dokumenten durch die Befragten	245
9.2	Besonderheiten der Stichprobenziehung	245
9.2.1	Befragungen der allgemeinen Bevölkerung	245
9.2.2	Befragung von Spezialpopulationen, für die Register vorhanden sind	246
9.2.3	Befragung seltener Populationen	246
9.2.4	Undercoverage-Probleme	247
9.2.5	Auswahl im Haushalt	247
9.3	Besonderheiten des Fragebogens	248
9.4	Durchführung von Mailsurveys nach der „Total Design Method“	248
9.4.1	Art und Datierung der Kontakte	249
9.4.2	Letzter Kontaktversuch	251
9.4.3	Anonymitätszusicherung	252
9.4.4	Rücklaufkontrolle	253
9.5	Nonresponse in postalischen Befragungen	254
9.5.1	Nonresponse-Mechanismen in postalischen Befragungen	256
9.5.2	Ausmaß des Nonresponse bei postalischen Befragungen	258
9.6	Fehlervermeidung bei postalischen Befragungen	259
9.6.1	Checklisten zur Durchführung postalischer Befragungen	259

# Inhaltsverzeichnis

9.6.2	Beispiel für Fehler bei der Durchführung	259
9.7	Die Zukunft schriftlicher Befragungen	264
<b>10</b>	<b>Telefonische Befragungen</b>	<b>267</b>
10.1	Besonderheiten der Stichprobenziehung	267
10.1.1	Probleme der Stichprobenziehung bei Telebnsurveys	267
10.1.2	Personen ohne Telefonanschluss	271
10.1.3	Nicht eingetragene Telefonnummern	272
10.1.4	Personen, die ausschließlich über ein Mobiltelefon verfügen	272
10.1.5	Anrufbeantworter und Anrufererkennung	275
10.1.6	Auswahl im Haushalt	277
10.1.7	Verringerung der Stichprobengröße durch Interviewereffekte	279
10.2	Rekrutierung von Telefon-Interviewern	279
10.3	Interviewertraining	280
10.4	Organisation der Feldarbeit bei CATI-Studien	280
10.5	Ergebnis der Feldarbeit	283
10.6	Datenprüfung	284
10.7	Die Zukunft der telefonischen Befragungen	285
<b>11</b>	<b>Web-Surveys</b>	<b>287</b>
11.1	Unterschiede in den Zugangsmöglichkeiten zum Internet	287
11.2	Vorteile internetgestützter Befragungen	290
11.3	Formen der internetgestützten Befragung	291
11.3.1	Internetgestützte Surveys auf der Basis willkürlicher Auswahlen	293
11.3.2	Internetgestützte Surveys auf der Basis echter Zufallsstichproben	294
11.4	Technische Einzelheiten zur Durchführung von Web-Surveys	298
11.4.1	Fragebogenkonstruktion für Web-Surveys	298
11.4.2	Durchführung von Web-Surveys	301
11.4.3	Technische Voraussetzungen zur Durchführung von Web-Surveys	301
11.5	Exkurs: Gewichtung von Internet-Surveys	303
11.6	Methodische Probleme internetgestützter Befragungen	305
<b>12</b>	<b>Wahl des Erhebungsmodus und andere Erhebungsformen</b>	<b>307</b>
12.1	Zur Verfügung stehende Ressourcen	307
12.2	Vergleich der Vor- und Nachteile verschiedener Erhebungsmodi	308
12.3	Modus-Effekte	310
12.4	Mixed-Mode-Surveys	312
12.4.1	Formen von Mixed-Mode-Surveys	312
12.4.2	Methodische Probleme von Surveys mit mehreren Erhebungsmodi	314
12.4.3	Uni-Mode-Design	314
12.4.4	Verwendung mehrerer Erhebungsmodi	315
12.5	Weitere Befragungsmodusvarianten	316
12.6	Ergänzung von Surveys durch Erhebung nicht erfragter Merkmale	318
12.6.1	Kontaktprotokolle (Para-Daten)	318
12.6.2	Interviewer als Beobachter	318
12.6.3	Biologisch relevante Daten	319

12.6.4	Geo-Daien	319
12.6.5	Record-Linkage	320
12.6.6	Nutzung von Dokumenten	321
12.6.7	Kontinuierliche Verhaltensmessungen	321

### III Anwendungen

<b>13</b>	<b>Panel-Studien</b>	<b>325</b>
13.1	Design eines Panels	325
13.2	Besonderheiten von Panelstudien	326
13.3	Panel-Conditioning	327
13.4	Seam-Effekte	327
13.5	Nonresponse in Panelstudien	329
13.5.1	Ausfälle bei der ersten Welle eines Panels	330
13.5.2	Panelbereitschaft	330
13.5.3	Ausmaß und Formen der Panel-Attrition	331
13.5.4	Panel-Mobilität	334
13.5.5	Versterben der Befragten	335
13.5.6	Verweigerung der weiteren Teilnahme	336
13.5.7	Maßnahmen zur Verringerung der Panelattrition	338
13.6	Gewichtungen eines Panels	343
13.7	Analyse von Panelshidjen	345
<b>14</b>	<b>Beispiele für besondere Anwendungen</b>	<b>347</b>
14.1	Nationale Gesundheitssurveys	347
14.2	Viktimisierungssurveys	348
14.3	Screening-Interviews zur Suche nach seltenen Populationen	351
14.4	Kundenbefragungen	353
14.4.1	Benutzerbefragungen in Bibliotheken	355
14.4.2	Mitarbeiterbefragungen	356
14.4.3	Bürgerbefragungen	357
14.5	Wahlprognosen	358
14.5.1	Methodische Probleme von Wahlprognosen	358
14.5.2	Zur tatsächlichen Genauigkeit von Wahlprognosen	360
14.5.3	Exkurs: „Demoskopie“	361
14.5.4	Erfolgreiche Prognosen trotz methodischer Probleme?	363
<b>15</b>	<b>Surveyethnologie in der Bundesrepublik</b>	<b>365</b>
15.1	Beispiele für das Desinteresse gegenüber der Datenerhebung	365
15.2	Das Desinteresse an der Datenerhebung	367
15.2.1	Amtliche Statistik	368
15.2.2	Kommerzielle Institute	370
15.3	Akademische Sozialforschung	373
15.3.1	Die Besetzung der Professuren	373
15.3.2	Sekundäranalysen statt Primärdatenerhebungen	374
15.3.3	Akademische Auftragsforschung für Ministerien *	375
15.4	Veränderungspotentiale	375

# Inhaltsverzeichnis

<b>16 Schlussbemerkung</b>	<b>377</b>
<b>Anhang</b>	<b>379</b>
<b>A Ermittlung der benötigten Stichprobengröße</b>	<b>381</b>
A.1 Konfidenzintervalle und die Größe der Stichprobe. . . . .	381
A.2 Designeffekte. . . . .	383
A.3 Stichprobengrößen für Vergleiche. . . . .	384
A.4 Beispiel: Veränderung von Arbeitslosenquoten. . . . .	385
<b>B Das Totül-Survey-Error-Modell</b>	<b>387</b>
<b>C Selbst generierte Codes für Panelstudien</b>	<b>389</b>
C.1 Eine empirische Studie zur Leistungsfähigkeit einfacher Panelcodes. . . . .	389
C.2 Planung von Erhebungen mit selbst generierten Schlüsseln. . . . .	391
C.3 Umgang mit partiell übereinstimmenden Codes. . . . .	392
<b>D Kontaktprotokolle und Dispositioncodes für F2F- Interviews</b>	<b>393</b>
<b>E Nonresponsecodes der AAPOK</b>	<b>399</b>
<b>F Diitenschutzmerckblatt</b>	<b>407</b>
<b>G Zugang zur Forschungsliteratur</b>	<b>409</b>
<b>H Institutsverträge</b>	<b>411</b>
H.1 Ausschreibung des Projekts. . . . .	411
H.2 Vertragliche Regelungen mit dem Erhebungsinstitut. . . . .	412
H.3 Erhebungsvariablen im Datensatz. . . . .	413
<b>I Dokumentation der Datenerhebung</b>	<b>415</b>
I.1 Fddbericht. . . . .	415
I.2 Datensicherung und Datenweitergabe. . . . .	417
<b>J „Think-Aloud“-Instruktionen</b>	<b>419</b>
<b>K Software</b>	<b>421</b>
K.1 Projckplanung. . . . .	421
K.2 Projektdokumentation. . . . .	421
K.3 Dokumentation des Fragebogens. . . . .	422
K.4 Datenerhebung. . . . .	423
K.5 Datenerfassung. . . . .	423
K.6 Datensicherung. . . . .	424
K.7 Datenanalyse. . . . .	425
K.8 Publikation. . . . .	425
<b>L Hard- und Software für CATI</b>	<b>427</b>

M	Beispiele für Anschreiben einer postalischen Befragung	429
N	Mögliche Ursachen für Unterschiede in Survey-Ergebnissen	• 435
	Literaturverzeichnis	439
	Abkürzungs	Verzeichnis 467
	Index	471