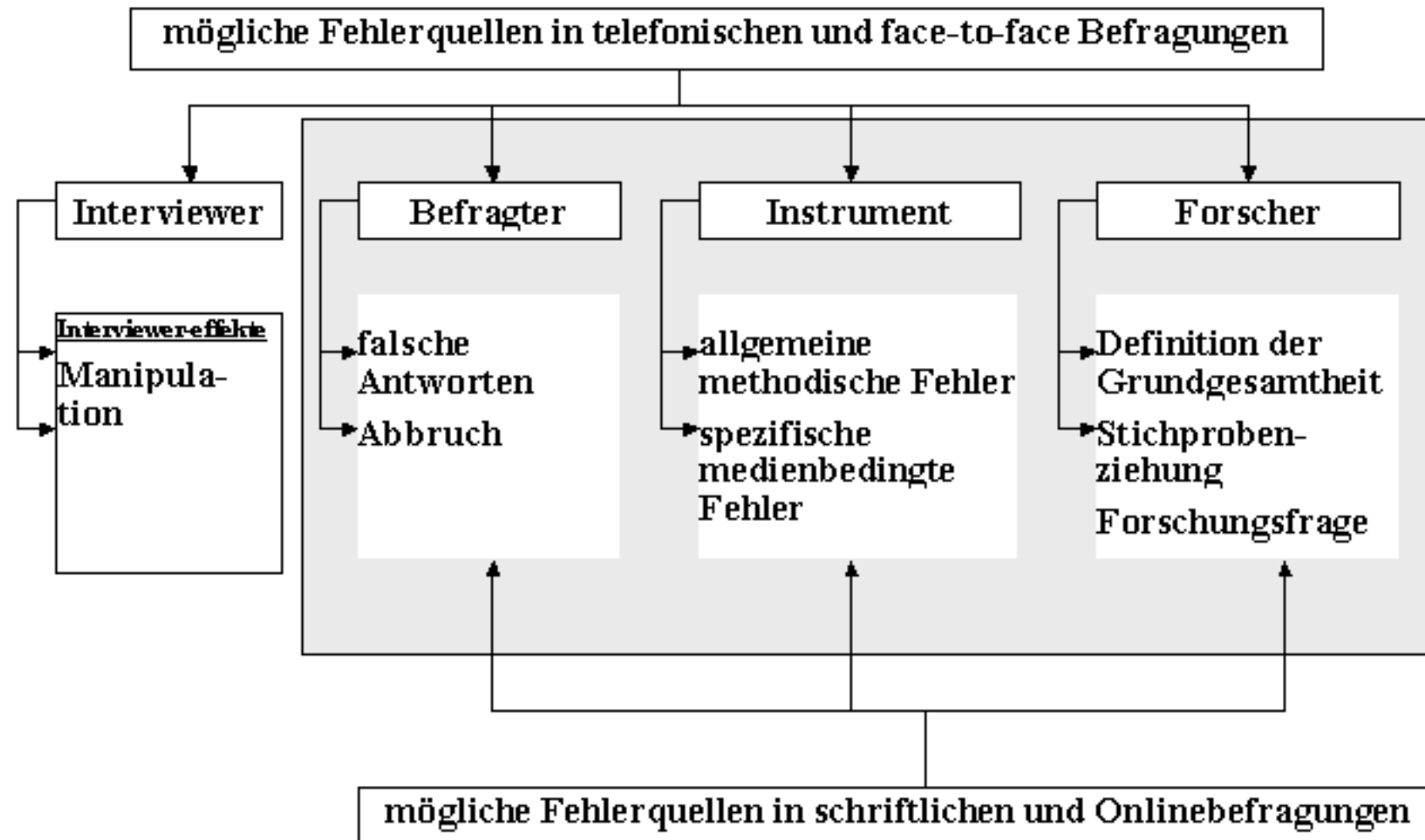


**Vertretung der Vorlesung**  
**„Forschungslogik und Forschungsdesign“**

Manuela Pötschke

15.11.2005

# FEHLERQUELLEN IM INTERVIEW NACH TYPEN



# Antwortverzerrungen

- Explizite Verweigerung (Item-Nonresponse)
- “Weiß nicht” (Meinungslosigkeit)
- Abgabe einer inhaltlichen Antwort, obwohl keine Meinung zum erfragten Gegenstand vorliegt (Non-Attitudes)
- Abgabe sozial erwünschter Antworten (social desirability)
- Reaktionen auf Merkmale des Interviewers
- Reaktionen auf formale Aspekte von Fragen (Frageeffekte)
- Reaktionen auf die Abfolge von Fragen (Positions-/ Ausstrahlungseffekte)
- Reaktionen auf die Anwesenheit Dritter im Interview
- Reaktionen auf den Auftraggeber der Studie
- Zustimmung zu Fragen unabhängig von deren Inhalt

# **Spezifische Merkmale der Telefonbefragung**

## **I. Vorteile der Telefonbefragung**

## **II. Nachteile der Telefonbefragung**

## **III. Diskussionspunkte im Zusammenhang mit Telefonbefragungen und Ergebnisse von Methodenstudien**

- Zielgruppenansprechbarkeit
- Ausschöpfungsgrad
- Antwortverhalten
- Fragebogen

## **IV. spezifische Anforderungen an die Konzeption einer Telefonbefragung**

- Einstieg / Kontaktherstellung
- Anforderungen an den Interviewer
- die drei ersten Fragen
- Strukturierung des Fragebogens
- Frageformulierungen

# Spezifische Merkmale der schriftlichen Befragung

Anwendung der Total Design Method (nach nach Don A. Dillman)

**Kern der TDM:**

**Jeder Aspekt einer schriftlichen Befragung muss so konstruiert werden,**

- **dass die Frageantworten über eine gute Qualität verfügen und**
- **dass die Rücklaufquote erhöht wird.**

<u>Versand</u>	Anschreiben		Fragebogen		Umschlag
	inhaltlich	formal	inhaltlich	Layout	

**Versandablauf**

1. Woche	2. Woche	3. Woche	4. Woche	5. Woche	6. Woche	7. Woche	8. Woche
Versand des Fragebogens in der Wochenmitte	Postkarte mit Dank und Erinnerung		kürzerer Brief und Fragebogen				Einschreibebrief und Fragebogen

# Onlinebefragung als spezifische Datenerhebungsform

## **Formen allgemeiner computervermittelter Befragungen**

- Internet-Befragungen
- Befragungen per Mail
- Befragungen in Newsgroups
- Disc-by-Mail-Befragungen

## **Potentiale/Vorteile netzbasierter Datenerhebung**

- Anonymität leicht herstellbar
- in kurzer Zeit sind viele Probanden ansprechbar
- zielgruppenspezifische Erreichbarkeit
- automatische Konsistenzprüfung
- keine Begrenzung der Darstellungsmöglichkeiten
- geringe Kosten auf Untersuchungsseite

## **Probleme netzgestützter Datenerhebung**

- Stichprobenbildung („Repräsentativitätsmangel“)
- Anonymität vs. Identifizierbarkeit
- Kontrolle der Interviewsituation, der Verbreitung des Instruments und der Probanden
- Einschätzung der Datengüte
- Datenschutz
- soziale Erwünschtheit
- Abbruch und fehlende Daten

## Befragungsformen im Vergleich

<b>Bereich</b>	<b>Face-to-Face-Interview</b>	<b>schriftliches Interview</b>	<b>Telefoninterview</b>	<b>Onlinebefragung</b>
<b>Kosten</b>	sehr hoch	hoch	niedriger	auf Forscherseite gering
<b>Dauer</b>	1 Stunde	45 Minuten	30 Minuten	15 Minuten
<b>Informationen</b>	sehr umfangreich	umfangreich	weniger umfangreich	am wenigsten umfangreich
<b>Frageformen</b>	vielfältig, mit visuellen Hilfen	vielfältig, mit visuellen Hilfen	eingeschränkter, keine visuellen Hilfen	vielfältig, mit visuellen Hilfen
<b>Repräsentativität</b>	herstellbar	herstellbar	herstellbar	nicht herstellbar
<b>Stichprobengewinnung</b>	Auswahlverfahren	Auswahlverfahren	Auswahlverfahren	Selbstselektion
<b>ausgewählte Probleme</b>	Interviewereffekte soziale Erwünschtheit	keine Hilfestellung durch Interviewer möglich; Befragungssituation unklar	Interviewereffekte, spezifische Fragestellung	keine Kontrolle d. Interviewsituation; keine „Hintergrundvariablen“; keine Nonresponsekontrolle; Abbruchrisiko hoch