

## Fragebogenkonstruktion

In standardisierten Fragebögen können Fragen nach Einstellungen oder Meinungen, nach Überzeugungen, nach Verhalten oder nach Eigenschaften der Befragten gestellt werden. Dabei muss beachtet werden, dass Fragen nach latenten Merkmalen wie Einstellungen komplexer sind als Fragen nach Eigenschaften und dass für die Befragten selbst letztere leichter und damit auch ehrlicher zu beantworten sind. Bei der Erstellung von Fragen und Fragebögen sind verschiedene Aspekte zu beachten. Nachfolgend werden verschiedene Punkte stichwortartig vorgestellt und kurz erklärt.

**Antwortoptionen:** Bei standardisierten Befragungen sollten vor allem geschlossene Fragen verwendet werden. Es bieten sich hier verschiedene Antwortskalen an. Häufig werden fünf Antwortmöglichkeiten unterschieden. Für die Dimensionen Häufigkeit, Intensität, Bewertung und Wahrscheinlichkeiten, bieten sich die nachfolgenden an:

- Häufigkeit: nie / selten / gelegentlich / oft / immer
- Intensität: nicht / wenig / mittelmäßig / ziemlich / sehr
- Bewertungen: stimmt nicht / ... / stimmt sehr
- Wahrscheinlichkeit: keinesfalls / wahrscheinlich nicht / vielleicht / ziemlich wahrscheinlich / ganz sicher

Die jeweilige Anzahl an Antwortoptionen hängt von verschiedenen Faktoren ab. So können Pretests Aufschluss darüber geben, ob die Varianz an Antwortmöglichkeiten ausreichend ist; oder durch ein Skalierungsverfahren ergibt sich die Anzahl an Antwortoptionen.

**Formulierung:** Bei der Formulierung von Fragen und Antworten sollte auf folgendes geachtet werden:

- Einfache Worte und einfache und kurze Sätze, das bedeutet, dass keine Fachsprache verwendet werden sollte. Die verwendete Sprache sollte sich der Sprache der Befragungspopulation anpassen.
- Bezug nur auf einen Sachverhalt, was heißt, dass in einer Frage nicht mehrere Aspekte zusammengefasst werden sollten. So ist es z.B. nicht gut, folgendes zu fragen: „Wenn Sie an Ihr Privatleben und an Ihren Beruf denken, sind Sie dann alles in allem zufrieden?“ Besser wäre es eine Frage zum Privatleben und eine zum Beruf zu stellen.
- Konkrete Fragestellung, nicht abstrakt und nicht hypothetisch. Damit sollten Fragen vermieden werden, bei denen sich die Person etwas vorstellen muss wie z.B. „Angenommen Sie würden sich nächste Woche ein Auto kaufen, ...“.
- Vermeidung von Suggestivfragen wie „Denken Sie nicht auch, dass...“.

- Neutrale Formulierungen sollten verwendet werden. Also eher nach dem „Vorgesetzten“ fragen als nach dem „Boss“.
- Balancierte Frage. Die Fragen sollten alle Antwortmöglichkeiten, also sowohl die positiven als auch die negativen enthalten, um neutral zu bleiben. „Denken Sie, dass der Euro eher Vorteile oder Nachteile für Deutschland gebracht hat?“ Es werden sowohl die Vor- als auch die Nachteile erwähnt, und damit werden beide Antwortextreme in der Frage aufgegriffen.
- Keine doppelte Verneinung
- Verallgemeinerungswörter (alle, immer, usw.) und Ausnahmewörter (nur, selten, usw.) vermeiden.
- Kein Bezug auf Vergangenheit, da Menschen sehr zu Erinnerungsfehlern neigen.
- Varianz bei den Antwortmöglichkeiten, damit die Personen eine Möglichkeit haben sich passend einzuordnen.

**Problematische Fragen/Antworten:** Eine problematische Frage kann die Frage nach dem Grund sein. Es ist möglich Teilnehmer nach ihren Einstellungen zu befragen, aber sie werden die Frage danach, warum sie so denken, nicht immer beantworten können, da sich manche hierüber noch keine Gedanken gemacht haben oder dies selbst nicht vollständig wissen. Vielmehr ist es Aufgabe des Forschers in der Analyse die Gründe für bestimmte Zusammenhänge zu identifizieren.

Des Weiteren können sensitive Fragen, also Fragen zu sensiblen Themen, problematisch sein. Daher wird empfohlen solche Frage an das Ende des Fragebogens zu setzen, wenn der Befragte bereits einige Fragen beantwortet hat und daher ein Vertrauensverhältnis entstanden ist. Außerdem wären dann beim Abbruch alle anderen Fragen beantwortet.

Häufig wird diskutiert, ob eine „Weiß-nicht“-Kategorie hinzugefügt werden soll. Bei vielen Themen scheint dies sinnvoll, da es möglich ist, dass eine Person wirklich keine Antwort weiß, weil sie sich zu dem Thema bisher keine Gedanken gemacht hat. Gibt es dann keine Antwortmöglichkeit, sieht sich der Teilnehmer gezwungen, eine Antwort anzukreuzen. Andererseits neigen Personen dazu, häufig die „Weiß-nicht“-Kategorie zu nutzen, wenn sie vorhanden ist, obwohl sie eine Meinung haben.

**Gesamter Fragebogen:** Es müssen nicht nur Aspekte bei der Formulierung einzelner Fragen beachtet werden, sondern auch bei der Erstellung des Gesamtfragebogens und seiner Struktur.

- Ausstrahlungseffekt / Halo-Effekt / Platzierungseffekt: Verschiedene Fragen können in unterschiedlichen Kontexten anders wirken, da sich für den Teilnehmer ein anderer Sinnzusammenhang ergibt.
- Trichterung / umgekehrte Trichterung: Zu einem Thema sollte nach und nach hin- und wieder weggeführt werden. Wichtig ist auch, dass die Überleitungen passend sind.

- Bedeutung der Einleitungsfrage: Die Einleitungsfrage muss interessant und leicht beantwortbar sein.
- Länge des Fragebogens: Je länger der Fragebogen wird, desto schwieriger wird es die Befragten interessiert zu halten. Daher sollte ein Fragebogen nie zu lang sein und es ist wichtig vorher mit Pretestern auszuprobieren wie lang die Personen zum Ausfüllen brauchen. Als eine Grenze bei Web-Surveys werden oft maximal zehn Minuten genannt. Wichtig ist, dass gegenüber den Befragten nicht gelogen wird, wie die Ausfülldauer ist.
- Filterfragen: Wenn manche Fragen, nur für bestimmte Gruppen relevant sind, sollten Filterfragen eingefügt werden. So kann die Frage: „Haben Sie Kinder?“ eine Filterfrage sein. Personen, die mit ja antworten, erhalten anschließend die Frage „Wie alt sind Ihre Kinder“, während es für Personen, die mit nein antworten, im Fragebogen weitergeht.
- Das Layout sollte zwischen Frage und Anweisungen unterscheiden.

### Literatur

Behnke, Joachim, Nina Baur und Nathalie Behnke (2010): Empirische Methoden der Politikwissenschaft. Paderborn: UTB.

Schnell, Rainer, Paul Hill und Elke Esser (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenburg. (Kapitel 7)