



Dr. Andreas Vlastic

Marketingforschung

**Sitzung 6:
Befragung**

Key Facts

- ⇒ Was kann mit Befragungen erhoben werden?
- ⇒ Welche Formen der Befragung gibt es?
- ⇒ Was ist bei der Formulierung von Fragen zu beachten?
- ⇒ Welche Faktoren beeinflussen bzw. verzerren die Ergebnisse einer Befragung?
- ⇒ Welches sind die Vor- und Nachteile von mündlichen, schriftlichen und telefonischen Befragungen?
- ⇒ Was ist eine CATI-Befragung?

Die Befragung

- Standardinstrument der empirischen Sozialforschung (d. h. auch der Marketing- sowie Werbeforschung)
- Verschiedene Formen: Mündlich, schriftlich, telefonisch und online
- Gegenstand von Befragungen können sein:
 - *Einstellungen oder Meinungen*
 - *Überzeugungen*
 - *Verhalten*
 - *Eigenschaften*
- Aber: Prognose zukünftigen Verhaltens aus vergangenem Verhalten oder Einstellungen bzw. Angabe von Gründen für ein Verhalten z. T. schwierig
 - ⇒ Frage nach aktuellem Verhalten sowie Erhebung objektiver Umgebungsbedingungen und Strukturen

Fragen und Antworten

- Welche Struktur haben Fragen und Antwortvorgaben?
 - Offene Fragen vs. geschlossene Fragen
 - Freie Antwortvorgaben oder Rangordnung
- Wie sollen Fragen und Antworten formuliert werden?
 - Einfache Worte verwenden (keine ungebräuchlichen Fachausdrücke, Fremdworte, Abkürzungen, Slangausdrücke)
 - Kurze Formulierungen (bis 20 Worte)
 - Konkrete Fragen
 - Keine Beantwortung vorgeben (Suggestivfragen)
 - Neutrale Formulierungen verwenden (keine belasteten Formulierungen)
 - Nicht hypothetisch formulieren
 - Nur einen Sachverhalt thematisieren
 - Keine doppelten Verneinungen
 - Fragen formal balancieren (Negative und positive Antwortmöglichkeiten)

Heikle Fragen und Antwortverzerrungen

- Sensitive Fragen
- Positionseffekte
- Zustimmungstendenz
- Soziale Erwünschtheit
 - kulturell
 - situational
- Anwesenheitseffekte
- „Non-Attitudes“

Mündliche Befragung

- Einteilung von mündlichen Interviewsituationen:

Strukturierungsgrad der Interviewsituation	Einzelbefragung	Gruppenbefragung
wenig	Experteninterview, exploratives Interview	Gruppendiskussion
teilweise	Leitfadengespräch	Gruppenbefragung
stark	Einzelinterview	Gruppeninterview

- Ideal der Neutralität vs. Reaktionen auf die Person des Interviewers
- Informationsdichte vs. hoher Aufwand

Mündliche Befragung - Vorteile und Nachteile

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none">▪ auch für schwierige Bereiche geeignet▪ umfangreiche Befragungen möglich▪ geringe Verweigerungsrate im Vergleich zu anderen Methoden▪ relativ hohe Zuverlässigkeit▪ keine Beeinflussung durch Dritte▪ auch intime Bereiche erfahrbar▪ flexible Reaktion des Interviewers	<ul style="list-style-type: none">▪ zeitaufwendig▪ relativ hohe Kosten je Befragung▪ „Interviewereinfluss“▪ relativ langsame Ergebnisermittlung▪ Erreichbarkeit des zu Befragenden unter Umständen schwierig

Schriftliche Befragung

- Anwesenheit eines Interviewers vs. postalische Befragung
- Problem bei postalischen Befragungen: Keine Kontrolle der Erhebungssituation, Motivation der Befragten
- Begleitschreiben: Nützlichkeit/Relevanz der Untersuchung, Wichtigkeit des Befragten, Anonymität
- Ansprechende Einstiegsfrage
- Seriöse und nutzerfreundliche Gestaltung des Fragebogens
 - Zu Beginn Hinweise auf Art der Antwortkennzeichnung ⇨ Konsistenz
 - Deutliche Filterführungen
 - Frage und Antwortvorgaben auf einer Seite/ einen Blick
- Erinnerungsschreiben

Schriftliche Befragung - Vorteile und Nachteile

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none">▪ relativ kostengünstig▪ räumlich weit entfernte Personen können befragt werden▪ eine große Anzahl von Personen kann befragt werden▪ relativ niedrige Kosten je Befragung▪ kein Interviewereinfluss vorhanden▪ Anonymität kann gewahrt werden	<ul style="list-style-type: none">▪ oft niedrige Rücklaufquote▪ keine komplizierten Sachverhalte erfragbar▪ Umfang der Befragung begrenzt▪ Beeinflussung durch Dritte möglich▪ oft geringe Genauigkeit der Ergebnisse▪ Verzerrungen möglich, weil sich Beantworter anders als Nichtbeantworter verhalten.

Telefonische Befragung

- Von „quick-and-dirty“ zur weit verbreiteten Methode
- Stichprobenziehung
 - Generierung von Telefonnummern aus zufälligen Zahlenkombinationen
 - Zufallsauswahl aus dem Telefonbuch
- Wichtig für Ausschöpfung:
 - wiederholte Kontaktversuche
 - flexibler Folgekontakt
 - Argumente gegen Verweigerung
 - Erste Frage (Eisbrecherfrage für Telefonstimme)
- Problem: Vollständige Erfassung und Erinnerung der Antwortkategorien durch die Befragten
- Telefoninterviews heute fast ausschließlich als CATI-Interviews

Telefonische Befragung - Vorteile und Nachteile

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none">▪ Befragungen können schnell durchgeführt werden (Blitzumfragen)▪ Befragungen sind relativ kostengünstig▪ Befragungen von schlecht erreichbaren Personen möglich▪ Feedback stets möglich▪ Interviewer bestimmt den Ablauf der Befragung.	<ul style="list-style-type: none">▪ Befragungen müssen relativ kurz sein▪ nur eine geringe Anzahl von Fragen▪ nur akustische Kommunikation möglich▪ Situation bei Befragten nicht ersichtlich

Befragungsformen im Überblick

	Schriftliche Befragung	Mündliche Befragung	Telephonische Befragung
Antwortquote	-	+	+
Einheitlicher Erhebungstichtag	-	+	+
Antwortzeit			
– Ausschluss unüberlegter Antworten	o	+	-
– Messung	-	o	+
Einfluss von dritter Seite	-	+	o
Umfang des Fragebogens	-	+	-
Gefahr von Missverständnissen	-	+	+
Komplexe Informationen	-	+	-
Interviewereinfluss	+	-	o
Schwer erreichbare Berufskreise	+	-	o
Räumliche Repräsentation	+	-	+
Kosten	+	-	+