

Die „Kunst“ der Fragebogengestaltung

Wenn es um die Gestaltung eines Fragebogens geht ist die Bezeichnung „Kunst“ durchaus angebracht, auch lässt sich beim **Fragebogendesign** von einer „Wissenschaft für sich“ sprechen. Schließlich hat ein brauchbarer Fragebogen gleich einer ganzen Reihe von Ansprüchen zu genügen:

- Er sollte die Fragen **klar und unmissverständlich** formulieren.
- Seine Handhabung sollte **leicht** fallen (es bedarf also keiner „Betriebsanleitung“, die die Teilnahmebereitschaft an einer Befragung radikal reduziert).
- Die Anleitung zum Ausfüllen muss **exakt** sein.
- Die Struktur der Fragen sollte einer **inneren Logik** folgen
- Die Antwortvorgaben sollten sowohl **dem Inhalt angemessen** als auch einer späteren **Auswertung dienlich** sein.

Der letzte Punkt meint: Es gibt genügend Beispiele für interessante Fragestellungen, die sich aber einer statistischen Auswertung entziehen: Wenn Sie etwa bestimmte Einstellungen von Menschen an jeweils verschiedenen Orten und zu verschiedenen Zeiten in Erfahrungen bringen wollen, ist dies sicher eine lobenswert differenzierte Vorgehensweise, die Auswertung der Ergebnisse erfordert aber eine entsprechend komplexe mehrdimensionale Darstellungsweise. Umgekehrt ist eine Darstellung der Art „X% sagen Ja, Y% sagen NEIN“ statistisch einfach darzustellen, bezogen auf viele Fragen aber nur wenig aussagekräftig und „unterkomplex“.

Dieser Aspekt verweist darauf, dass bei manchen Fragen die Antwortmöglichkeiten „ja“, „nein“, „egal“ der Frage nicht entsprechen bzw. dieser nicht gerecht werden. Bei der Frage: „Sind Sie zufrieden mit dem Lehrangebot Ihrer Fakultät?“ wäre ein sogenanntes „**Polaritätsprofil**“ sicher aussagekräftiger als eine rein geschlossene Antwort im Sinne von ja/nein: Die Antwort wäre dann vielmehr in einer **Skala** mit den **Polen** „Sehr“ und „Überhaupt nicht“ anzusiedeln und beinhaltete etwa auch die Antwortmöglichkeiten „Ein wenig“, „Sowohl als auch“ und „Kaum“. Andererseits ist ein solches **mehrdimensionales Antwortschema** natürlich statistisch schwieriger auszuwerten als das bei einer bloßen Auszählung von Ja's und Nein's der Fall wäre.

Auch - und vor allem! - die Art und Weise, wie Sie Ihre Fragen formulieren, entscheidet in ganz erhebliche Maße darüber, ob ein Fragebogen überhaupt und ob er auch wahrheitsgemäß ausgefüllt wird (das gilt natürlich auch für mündliche Befragungen).

So macht es etwa einen gravierenden Unterschied, ob Sie die Frage stellen: „Gehen Sie manchmal fremd?“ oder ob Sie denselben Sachverhalt wie folgt formulieren: „Würden Sie jemanden moralisch verurteilen, der manchmal fremd geht?“ Zwar ist damit nicht das Gleiche gefragt, dennoch lassen sich Rückschlüsse auf ein tatsächliches Verhalten ziehen. Genau darin besteht aber nun besagte Kunstfertigkeit des Fragebogendesigns: Fragen (gerade heikle Fragen, die etwas über die Persönlichkeit aussagen) so zu formulieren, dass sich niemand in die Enge getrieben fühlt und dabei dennoch aussagekräftige Ergebnisse erzielt werden!
Noch ein Beispiel: Wenn Sie fragen würden „Sind Sie ein Ausländerfeind?“ werden Sie mit Sicherheit ganz andere Ergebnisse erzielen als mit der Frage „Wäre es Ihnen Recht, wenn Ausländer in Ihrer Nachbarschaft leben oder wäre es Ihnen lieber, wenn

das nicht der Fall wäre?“ Wer sich für letztere Antwortvorgabe entscheidet, ist sicher noch nicht zwangsläufig und automatisch ein Ausländerfeind. Dennoch lässt eine solche Frage womöglich substantiellere Rückschlüsse zu als die direkte Frage, die womöglich viele nicht mit „ja“ beantworten wollen, weil sie sich selber nicht so einschätzen, obwohl ihr Denken von entsprechenden Stereotypen und Vorurteilen bestimmt ist.

Es gibt noch eine ganze Reihe weiterer Tipps und Tricks für die Gestaltung möglichst „wasserdichter“ Fragebögen. Z.B. gilt es zu berücksichtigen, dass Befragte gegen Ende des Antwortprozesses sowohl ihre **Aufmerksamkeit** als auch ihr Interesse zu verlieren drohen. Deshalb sollten gegen Ende des Fragebogens die Fragen kürzer gefasst sein. Einige weitere Regeln seien hier noch stichpunktartig abgeführt:

Einige wichtige Regeln für das Fragebogendesign

Im folgenden finden Sie einige wichtige Grundsätze für die Gestaltung von Fragebögen. Es versteht sich von selbst, dass die konkrete Fragestellung und das Interesse Ihrer Befragung über die Gewichtung der einzelnen Punkte entscheidet.

- Fragen müssen immer so **einfach, eindeutig und verständlich**, zudem so **kurz** wie möglich, sein. Komplexe Sätze, doppelte Verneinungen, Fremd- und Fachwörter, sind zu unterlassen. Entsprechend sollten sich die Fragen eher an der **Umgangssprache** orientieren (sofern es sich um keine Expertenbefragung handelt).
- Die Fragen müssen so **konkret** wie möglich sein, Unklarheiten bzw. Mehrdeutigkeiten sind zu vermeiden. (Die Frage: „Sind Sie mit den sozialen und politischen Verhältnissen der Gegenwart zufrieden?“ ist natürlich viel zu unspezifisch. Eine Frage der Art: „Sind Sie für oder gegen die Hochschulreform in Europa?“ ist mehrdeutig).
- Die Fragen sollten so **neutral** wie möglich formuliert sein, die Antwortvorgaben qualitativ entsprechend ausgewogen sein. (Dies ist z.B. nicht der Fall, wenn auf die Frage: „Sind Sie mit dem Studium zufrieden?“ einerseits mit „Ja“, andererseits mit „Keinesfalls“ antworten können).
- **Suggestivfragen** sind zu unterlassen, ebenso **rhetorische Fragen**. („Sind Sie auch der Meinung ...?“, „Sind Sie wie die meisten Studierenden auch der Ansicht, dass...?“).
- Die Anzahl der Antwortvorgaben muss **überschaubar** und doch **aussagekräftig** sein. (Bei einem Polaritätsprofil mit den beiden „Außenposten“ „bin absolut dafür/bin absolut dagegen“ bedarf es zwingend innerer Abstufungen. Andererseits muss die Anzahl an Antwortkategorien aber überschaubar bleiben, da sonst die Auswertung wenig Substanz liefert). Speziell bei Polaritätsprofilen sollten links und rechts von der mittleren Position **gleich viel** Antwortmöglichkeiten vorhanden sein, da sonst erfahrungsgemäß die Seite mit der Überzahl an Kategorien bevorzugt wird).
- Die Fragen dürfen **nicht überfordern**. Das gilt zum einen für Expertenwissen, das Nicht-Experten abverlangt wird („Was halten Sie von der aktuellen Gesetzesnovelle der EU-Kommission?“), zum anderen für überfordernde Schätzungen („Wie viele Stunden verbringen Sie im Semester an der Uni?“).
- Der Fragebogen muss die **Messeinheiten und Relationen beinhalten**, auf die sich die Frage bezieht. (Die Frage: „Wie viel lesen Sie in der Woche durchschnittlich?“ muss sinnvollerweise eine Minuten oder Stundenskala enthalten). Zudem ist es angebracht, **Skalen** sinnvoll zu untergliedern. (Die Frage nach der Lesedauer kann etwa in der Form „unter einer Stunde, 1-2 Stunden, ... , mehr als 8

Stunden“ o.ä. kategorisiert werden. Eine Pre-Test kann dabei Auskunft über die sinnvolle Anzahl und den Umfang der einzelnen Kategorien liefern).

- Die **Reihenfolge** der Fragen muss bedacht sein: Weder darf diese zu lang sein (weil dann die Gefahren der Demotivation und des Vergessens der erst gestellten Fragen besteht), noch sollte die Reihenfolge eine versteckte Wertung zum Ausdruck bringen.

Nicht zu vergessen sind Ihrem Fragebogen natürlich **Angaben zur Person** hinsichtlich der Sie interessierenden Eigenschaften (diese Angaben werden meist zu Beginn des Fragebogens erhoben). Dabei müssen Sie natürlich darauf achten, dass solche Angaben evtl. nicht auf Kosten der Anonymität gehen. Durchaus üblich sind etwa Angaben zum Geschlecht und Alter, evtl. auch zur Ausbildung oder zur Herkunftsregion. Bei der Anfertigung eines Fragebogens gilt eben wie überhaupt: Nur Übung macht den Meister!