

## 10 Tipps für Fragebögen

1. Am Beginn jeder Fragebogenerstellung steht eine präzise Fragestellung, über welche die Antworten eine zufriedenstellende Auskunft geben sollen. Beispiel: Wie zufrieden sind die ehemaligen Schüler/innen im Hinblick auf ihre derzeitige Situation (Schule, Studium, Beruf, Alltag) mit dem, was sie (und wie sie es) an unserer Schule gelernt haben? Lassen Sie sich von anderen Fragebögen anregen, erstellen Sie Ihr Instrument aber auf der Basis Ihrer eigenen Ausgangssituation.
2. Die Fragen sollten eine möglichst informative und aussagekräftige Beantwortung der Ausgangsfrage in 1. erlauben. Dazu sind unterschiedliche Frageformen hilfreich: Alternativfragen, Auswahlfragen, Schätzskalen

### (a) Alternativfragen

Bei Alternativfragen sind zwei Antwortmöglichkeiten gegeben, wovon eine auszuwählen ist. Die Optionen sind meist zwischen zwei Alternativen, gewöhnlich Gegensätzen, zum Beispiel:

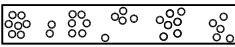
ja  o nein  richtig  o falsch  stimme zu  o stimme nicht zu

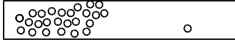
Der Vorteil von Alternativfragen liegt in ihrer Praktikabilität: Auch bei einer großen Anzahl von Fragebögen können die Ergebnisse rasch ausgewertet werden. Der Nachteil liegt in der beschränkten Aussagekraft. Nur einfach strukturierte Fragen können in dieser digitalen Art beantwortet werden, wenn es keine weiteren Optionen als diese beiden Alternativen gibt.

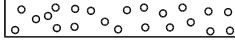
### (b) Auswahlfragen

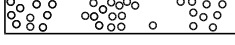
Aus einer Anzahl von vorgegebenen Aussagen soll(en) jene ausgewählt werden, die für die beantwortende Person am ehesten zutrifft. Anstatt von verbalen Vorgaben können auch visuelle verwendet werden, wie folgendes Beispiel zeigt:


Wie haben Sie damals Ihre Klassengemeinschaft wahrgenommen? Welche der nebenstehenden Zeichnungen (1-4) stellt sie am zutreffendsten dar? Falls keine zutrifft, zeichnen Sie Ihre eigene Interpretation in 5. Bitte haken Sie die zutreffende Nummer ab.

1  

2  

3  

4  

5  

### (c) Schätzskalen

Sie sind eine spezielle Form von Auswahlantworten. Die vorgegebenen Aussagen bzw. Darstellungen können in einer unterschiedlichen Ausprägungsform eingeschätzt werden. Diese Einschätzung kann entweder darüber erfolgen, dass die zutreffende Form ausgewählt wird, was folgendes Beispiel aufzeigt:

Kreuzen Sie jenes Symbol an, das Ihrer Antwort am besten entspricht.

Welches Gesicht charakterisiert am besten Ihr Gefühl über die Erfahrungen an der Schule?



Die Einschätzung kann aber auch dadurch erfolgen, dass eine Skalierung zwischen zwei vorgegebenen gegensätzlichen Polen ausgewählt wird:

Kreuzen Sie jenen Kreis an, der Ihrer Antwort am besten entspricht.

An der Schule habe ich gelernt, wie ich neue Herausforderungen möglichst produktiv meistern kann.

trifft vollständig zu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	trifft überhaupt nicht zu
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	---------------------------

Der Vorteil der Schätzsкала liegt darin, dass gewisse Informationen vorgegeben sind, es aber an der befragten Person liegt, welche Einschätzung sie selbst vornimmt. Das hat den Vorteil, dass die Antworten bei der Auswertung in gewisser Weise „standardisiert“ werden können. Allerdings liegt darin auch ihr Nachteil, da die Bedeutung der Abstufung zwischen den einzelnen Polen jeweils subjektiv zugeordnet wird, wodurch sich in der Interpretation ein Unterschied zwischen den einzelnen Antwortenden ergeben kann. Die Schätzsкала täuscht den Eindruck vor, dass die „Messung“ sehr präzise wäre, was allerdings nicht der Fall ist. Daher muss diese vorgetäuschte Präzision bei der Auswertung und Interpretation der Daten berücksichtigt werden. Je komplexer oder abstrakter eine Skalierung ist, desto weniger kann man sicher sein, dass die Befragten in ihren Antworten dasselbe meinen.

3. Formulieren Sie einfache, klare und verständliche Fragen. Die Verständlichkeit richtet sich natürlich an der Zielgruppe der Befragung aus.
4. Formulieren Sie die Fragen so konkret wie möglich. Manchmal kann auch ein Beispiel hilfreich sein, damit klar ist, was gemeint ist. Wenn Sie mehrere Antworten zur Auswahl geben, stellen Sie sicher, dass nichts Wichtiges fehlt und die Auswahl möglichst komplett ist.
5. Vermeiden Sie strikt Doppelfragen oder Fragen, bei denen mehrere Antworten auf einmal gegeben werden sollen: Sie sind nicht eindeutig beantwortbar und damit auch nicht auswertbar. (Die Lehrer/innen sind auf die Schüler/innen-Voraussetzungen eingegangen und haben ihren Unterricht gut strukturiert.)
6. Vermeiden Sie negativ formulierte Fragen, deren Beantwortung uneindeutig sein kann: Beispiel: „Ich gehe nicht gerne allein spazieren.“ Ein „nein“ auf diese Behauptung würde bedeuten, dass man sehr wohl gern allein spazieren geht. Umgangssprachlich könnte ein „nein“ im Sinne von: „Nein, allein spazieren gehe ich nicht gern“ jedoch genau das Gegenteil bedeuten. Also keine doppelten Verneinungen! Und auch keine Suggestivfragen.
7. Fordern Sie die Befragten auf, am Ende des Fragebogens selbst noch Aussagen, Kommentare und Hinweise zu machen, auch wenn Sie nicht direkt erfragt worden sind. Dieser Punkt dient der Kommunikation über den Fragebogen hinaus und kann wertvolle Zusatzinformationen bringen.
8. Passen Sie die Länge des Fragebogens einerseits Ihrem Fragebedarf an, aber auch an die Bereitschaft der Befragten, sich Ihrem Anliegen zu widmen. Die Zahl sollte 15-20 Fragen üblicherweise nicht übersteigen. Für ein rasches Feedback eignen sich aber auch Kurzfragebögen mit nur 3-5 Fragen. Berücksichtigen Sie, dass Sie die Antworten analysieren und daraus Schlussfolgerungen ziehen müssen, es geht also auch um Ihre zeitlichen Ressourcen.
9. Setzen Sie dem Fragebogen eine Einleitung voran, die über den Zweck der Befragung und den Umgang mit den Ergebnissen informiert und die Befragten auch persönlich anspricht. Hier sollten auch Termin und (bei Papierfragebögen) auch Adresse/Kontaktperson für die Rücksendung/Abgabe angeführt sein.
10. Erproben Sie den Fragebogen mit einer Person, die der Zielgruppe entspricht, bevor Sie ihn aussenden. Ihre Rückmeldungen können zu einer Überarbeitung einzelner Fragestellungen, Unschärfen u. ä. führen.