Vortrag
Evaluation und Fragebogenkonstruktion

Dipl. Soz. David Schneider, Hochschulreferat Studium und Lehre

25.04.2012

Was erwarten unsere Benutzerinnen und Benutzer von uns?
Umfragen in Bibliotheken erstellen, durchführen und auswerten

Gliederung

Evaluation
Fragebogenkonstruktion, Schritte Übersicht
Konzeptionelle Vorarbeit
Operationalisierung
Fragen
Fragetypen
Festlegung der Abbildung der Dimensionen
Richtlinien für die Formulierung von Fragen
Weitere Schritte
Überlegungen zur Durchführung

Evaluation
als Untersuchungsdesign:

Wer evaluiert was, in welcher Art und Weise und nach welchen Kriterien?

Befragung als Instrument

Fragebogenkonstruktion Schritte

- Konzept/Strukturierung der zu erfassenden Themen (Dimensionen)
- Wahl der Form der Befragung (Papier, Online)
- Sammeln möglicher Fragen (Items)
- Auswahl aus dieser Sammlung
- Reihenfolge der Fragen (Items) im Fragebogen
- Auswahl der Art und Anzahl der Antwortmöglichkeiten

Was soll mit dem Fragebogen gemessen und erfasst werden?

Erste Definition, grobe Unterscheidung der zu messenden Dimensionen („Themen“)

zum Beispiel:

1. **Zufriedenheit**
2. **Verbesserungsvorschläge / Änderungswünsche**

   (z.B.Wünsche in Hinblick auf künftige Anschaffungen)

Verfeinerung des Konzepts/ der Strukturierung der zu erfassenden Dimensionen

Bildung von Unterkategorien, beispielsweise:

„Zufriedenheit in Hinblick auf das Angebot“ und
„Zufriedenheit in Hinblick auf den Service“.

und weitere Differenzierung, z.B. :

Welche Aspekte des Angebots
Welche Serviceaspekte

- **thematische Anordnung:**

  z.B. an welcher Stelle im Fragebogen kommt das Thema „Zufriedenheit mit den Services“?

  Soll bsp.weise in Hinblick auf das Angebot zu bestimmten Angebotstypen erst die Nutzungshäufigkeit und dann die Zufriedenheit erhoben werden?

- **Sammeln von Fragen** zu den Unterkategorien des Konzepts:

  z.B. Zu welchen Angebotstypen möchte man die Häufigkeit der Nutzung erfassen?

  Zu welchen Services möchte man den Grad der Zufriedenheit erfragen?

  Aufzählung, Sammeln, Listen bilden.

Sammeln von Fragen, Auswählen von Fragen:

Als Prozess: Häufig werden erst eine Reihe von Fragen gesammelt, später wird wieder aussortiert.

Quellen für Fragen:

- Eigene Beobachtungen, Erfahrungen und Überlegungen
- Gespräche mit Personen der Zielgruppe (Gruppe der Befragten)
- Gespräche mit Experten, erfahrenen Personen aus dem Forschungsbereich.
- Fachliteratur zum Forschungsbereich und bereits vorhandene Fragebögen zum Thema

- **Genauere Formulierung von Fragen**

  Beispielsweise: Wie erfragt man konkret die Zufriedenheit mit einem bestimmten Angebotstyp? Formulierung? Antwortmöglichkeiten? (Anzahl? Ausgestaltung?)

- **Zusammenstellung der Fragen zu Blöcken**

  Prüfung, ob wirklich thematisch geordnet, in Hinblick auf Beantwortung und auch Auswertung.

  Auf inhaltliche Trennschärfe der Fragen achten, keine mehrdimensionalen Fragen stellen:

  Nicht: „Ich würde mir mehr Zeitschriften und Zugang zu E-Papers wünschen.“ (2 Fragen bilden)

Entscheidung treffen, welche Art von Antwort man welcher Frage zuordnen möchte:

- Freitext: Frei formulierbare Antwort
- Einfachauswahl (Single Choice)
- Mehrfachauswahl (Multiple Choice)
- Skalen (z.B. „stimme voll zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu) häufig 5 Ausprägungen (Likert-Skala)
- Zahlenwerte (z.B. Matrixfeld)
- Notenvergabe, „Schulnoten“ für globale Bewertung. Vorteil: Dieses Konzept zur Bewertung ist jedem geläufig. (Jeder weiß, wie gut/schlecht eine „4“ ist.)

- **Enthaltung**

  Entscheidung ob man eine Enthaltung anbieten möchte: „Keine Angaben“, „Kann ich nicht beantworten“.

  Hier gibt es zwei verschiedene Ansätze:

- **Befragte zu Antworten zwingen**, keine Enthaltung keine ungeraden Skalen (um „Tendenz zur Mitte“ zu vermeiden)
- **Enthaltung anbieten**, sowohl um Möglichkeit zu bieten, sich explizit nicht zu äußern (Reaktanz vermeiden) als auch um einen höheren Informationsgrad zu erreichen. Z.B. wenn eine Frage nicht angekreuzt wurde, mehrere Interpretationsmöglichkeiten (übersehen, wollte nicht antworten.)

Überlegung, ob Fragen oder Aussagen verwendet werden sollen. (Bewertung)

- **„Würden Sie sich an Wochenenden längere Öffnungszeiten der Bibliothek wünschen?“**

  (logische Antwortmöglichkeiten eigentlich nur „ja“ oder „nein“)

- **„Ich würde mir an Wochenenden längere Öffnungszeiten der Bibliothek wünschen .“**

  (Inwieweit stimmen Sie dieser Aussage zu, z.B. :

  „stimme voll und ganz zu“, „stimme zu“, „indifferent“, „stimme nicht zu“, „stimme überhaupt nicht zu“)

  Enthaltung

Was soll in den Antworten abgebildet werden?

- **Häufigkeit** (nie – ständig oder selten – häufig; 1x im Monat– jeden Tag)
- **Intensität** (überhaupt nicht – sehr stark)
- **Zustimmung** (stimme überhaupt nicht zu – stimmt völlig zu) Bewertung
- **Wahrscheinlichkeit** (auf keinen Fall – ganz sicher)

Frage und Antwortdimension müssen zueinander passen:

- „Ich habe Schwierigkeiten bei der Bedienung des Online-Katalogs.“

  nicht: „selten“ – „manchmal“ – „immer“,

  sondern: „stimme voll zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

Kein Mischen von Antwortdimensionen,

- also nicht: „gar nicht“ – „etwas“ – „*manchmal*“ – „*oft*“

Fragen innerhalb eines Fragenblocks sollten möglichst die gleichen Antwortmöglichkeiten haben, also nicht:

- „Ich habe Schwierigkeiten bei der Suche von elektronischen Zeitschriften.“ O ja O nein
- „Ich habe Schwierigkeiten bei der Bedienung des Online-Katalogs.“ O nie O manchmal O immer)

Formulierung von Fragen:

- Einfachen, klaren, direkten Sprachstil wählen.
- Feststellungen sollten möglichst kurz und prägnant sein und dennoch alle für das Verständnis der Frage wichtigen Informationen enthalten.
- Für die Fragen/Aussagen möglichst einfache Sätze bilden, lange zusammengesetzte Sätze und viele Nebensätze vermeiden.

Richtlinien für die Formulierung von Fragen

- Suggestivfragen sind zu vermeiden. (nicht: „Sind Sie mit dem derzeitigen Angebot an … unzufrieden?“)

- Alle möglichen Antwort (auch ablehnende) müssen in den Antwortmöglichkeiten vorgegeben und bei der Auswertung eindeutig interpretierbar sein.

  (Häufig genutzt: Antwortmöglichkeit „Sonstige“ mit Freitextfeld für Antwort „Sonstige, nämlich“: _____)

- Doppelte Verneinungen vermeiden. (Auch wenn Sie sich erst durch die Beantwortung ergeben.)

Richtlinien

- Aussagen vermeiden, die sich auf mehr als eine Weise interpretieren lassen.
- Sachverhalte weglassen, die keine Informationen für die Beantwortung der Frage enthalten und organisationspezifische Begriffe (nur intern gebrauchte Begriffe, Abkürzungen) sowie schwer verständliche Fachbegriffe vermeiden.
- Aussagen/Fragen vermeiden, die entweder von fast jedem oder von fast niemandem bejaht werden können.
- Bei Aussagen/Fragen Formulierungen vermeiden, die Antworten aufgrund sozialer Erwünschtheit evozieren.

Formulierung Introtext. Informationen dazu:

- Wer führt die Befragung durch?
- Was ist Zweck der Befragung?
- Wie wird die Anonymität der Befragten gewährleistet?
- Wie lange dauert die Befragung ungefähr?
- Wie werden Befragte an den Ergebnissen der Befragung (evtl. daraus resultierenden Maßnahmen) beteiligt? Wie erfahren Sie davon?

Pretest Fragebogen:

- Ganz entscheidend, um Verständnisschwierigkeiten bei der Formulierung von Fragen aufzudecken.
- Hilfreich, um drängende Fragen zu identifizieren, die im Fragebogen noch nicht enthalten sind.
- Methoden: Entweder Fragebögen kommentieren lassen, oder „lautes Ankreuzen“, Befragte geben im Gespräch an, wie sie Fragen verstehen, was sie nicht verstehen, was fehlt.

Durchführung der Umfrage:

- Form: Papier / Online / gemischt? (Welches Programm?)
- Grundgesamtheit? Wie werden Befragte kontaktiert? Werbung für Umfrage?
- Befragungszeitpunkte? Erinnerungen?
- Rücklauf?
- Auswertung, Interpretation